

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN
MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK ROTI
KHASANAH SARI**

SKRIPSI

**Oleh:
SHINTIA FLOVIANTI SIBURIAN
201610325238**



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

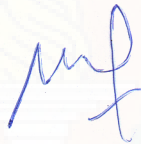
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Roti Khasanah Sari
Nama Mahasiswa : Shintia Flovianti Siburian
Nomor Pokok Mahasiswa : 201610325238
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 21 Juli 2020

Jakarta, 30 Juli 2020

MENYETUJUI,

Pembimbing



M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.

NIDN : 0325057908

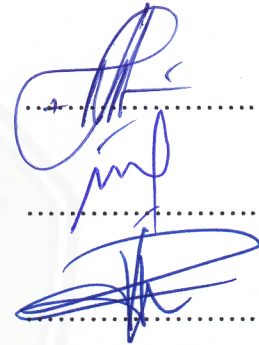
LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Roti Khasanah Sari
Nama Mahasiswa : Shintia Flovianti Siburian
Nomor Pokok Mahasiswa : 201610325238
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 21 Juli 2020

Jakarta, 30 Juli 2020

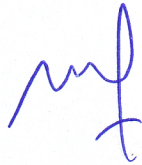
MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Andrian, S.E., M.M.
NIDN : 0321077102
Penguji I : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.
NIDN : 0325057908
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

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul

Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Roti Khasanah Sari.

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, 30 Juli 2020

Yang membuat pernyataan,



Shintia Flovianti Siburian

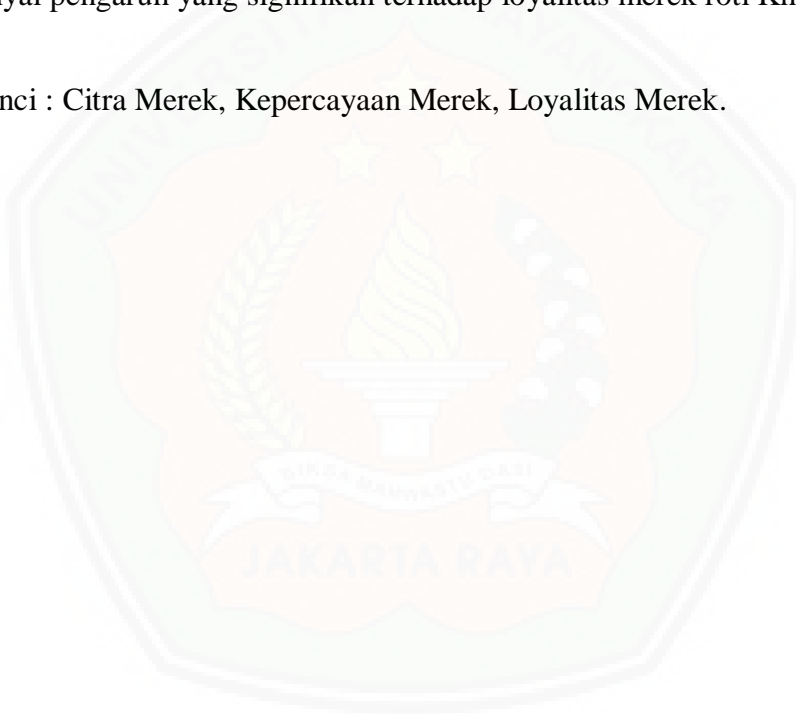
201610325238

ABSTRAK

Shintia Flovianti Siburian. 201610325238. Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Roti Khasanah Sari.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan secara parsial maupun simultan antara citra merek dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek roti Khasanah Sari. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Alat analisis pada penelitian ini adalah SPSS versi 24. Hasil pengujian parsial dari citra merek dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek menunjukkan bahwa citra merek maupun kepercayaan merek mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas merek roti Khasanah Sari. Hasil pengujian simultan dari citra merek dan kepercayaan merek menunjukkan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas merek roti Khasanah Sari.

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



ABSTRACT

Shintia Flovianti Siburian. 201610325238. *The Influence of Brand Image and Brand Trust on Brand Loyalty of Khasanah Sari Bakery.*

This research aims to determine whether there is a partially or simultaneously significant influence between brand image and brand trust on brand loyalty of Khasanah Sari bakery. The research method used is descriptive quantitative. The analytical tool in this research is the SPSS version 24. The results of partial testing of brand image and brand trust on brand loyalty show that brand image and brand trust have a significant influence on brand loyalty of Khasanah Sari bakery. Simultaneous testing results of brand image and brand trust show that together have a significant influence on brand loyalty of Khasanah Sari bakery.

Keywords : Brand Image, Brand Trust, Brand Loyalty.



KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan seluruh rahmat dan hidayah-Nya kepada saya untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Roti Khasanah Sari”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan segera. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Irjen (P) H. Bambang Karsono, S.H., M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak M. Fadhli Nursal, S.E., M.M, selaku Kaprodi Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, juga selaku Dosen Pembimbing yang telah memberi arahan, ilmu dan waktunya untuk penulisan skripsi ini.
4. Ibu Hadita, S.Pd., M.M, selaku Dosen Perwalian Akademik kami di kelas 8-A4 atas nasihat serta dukungannya.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

Jakarta, 30 Juli 2020

Penulis,

Shintia Flovianti Siburian

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.5. Batasan Masalah	5
1.6. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Citra Merek.....	7
2.1.1. Pengertian Citra Merek.....	7
2.1.2. Komponen Citra Merek	8

2.1.3. Faktor-Faktor Citra Merek.....	9
2.1.4. Indikator Citra Merek.....	9
2.2. Kepercayaan Merek.....	10
2.2.1. Pengertian Kepercayaan Merek.....	10
2.2.2. Konsep Kepercayaan Merek.....	11
2.2.3. Faktor-Faktor Kepercayaan Merek.....	12
2.2.4. Indikator Kepercayaan Merek.....	13
2.3. Loyalitas Merek.....	14
2.3.1. Pengertian Loyalitas Merek.....	14
2.3.2. Komponen Loyalitas Merek.....	15
2.3.3. Faktor-Faktor Loyalitas Merek.....	16
2.3.4. Indikator Loyalitas Merek.....	17
2.4. Penelitian Terdahulu.....	18
2.5. Kerangka Pemikiran.....	21
2.6. Hipotesis Penelitian.....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	23
3.1. Desain Penelitian.....	23
3.2. Tahapan Penelitian.....	23
3.2.1. Tahapan Pelaksanaan.....	24
3.2.2. Tahapan Penulisan.....	24
3.3. Model Konseptual Penelitian.....	25
3.4. Variabel Penelitian.....	25
3.4.1. Variabel Independen.....	26

3.4.2. Variabel Dependen	26
3.5. Operasionalisasi Variabel	27
3.6. Waktu dan Tempat Penelitian	28
3.7. Jenis dan Sumber Data	28
3.7.1. Jenis Data	28
3.7.2. Sumber Data	29
3.8. Teknik Pengumpulan Data	29
3.9. Metode Pengambilan Sampel	30
3.9.1. Populasi	30
3.9.2. Sampel	30
3.10. Uji Instrumen Penelitian	31
3.10.1. Uji Validitas	31
3.10.2. Uji Reliabilitas	31
3.11. Uji Asumsi Klasik	32
3.11.1. Uji Normalitas	32
3.11.2. Uji Multikolinieritas	32
3.11.3. Uji Heteroskedastisitas	33
3.12. Uji Hipotesis	34
3.12.1. Analisis Regresi Linier Berganda	34
3.12.2. Uji T	34
3.12.3. Uji F	35
3.12.4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	35
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	36

4.1. Sejarah Perusahaan	36
4.1.1. Profil Perusahaan.....	37
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan	37
4.1.3. Struktur Perusahaan.....	38
4.2. Hasil Penelitian	38
4.2.1. Deskripsi Data.....	38
4.2.2. Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	38
4.2.3. Identitas Responden	39
4.3. Uji Instrumen Penelitian.....	43
4.3.1. Uji Validitas	43
4.3.2. Uji Reliabilitas	47
4.4. Uji Asumsi Klasik.....	48
4.4.1. Uji Normalitas.....	48
4.4.2. Uji Multikolinieritas	49
4.4.3. Uji Heteroskedastisitas	50
4.5. Uji Hipotesis	52
4.5.1. Analisis Regresi Linier Berganda	52
4.5.2. Uji T.....	53
4.5.3. Uji F.....	54
4.5.4. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	55
BAB V PENUTUP	57
5.1. Kesimpulan.....	57
5.2. Implikasi Manajerial	57

DAFTAR PUSTAKA..... 59

LAMPIRAN

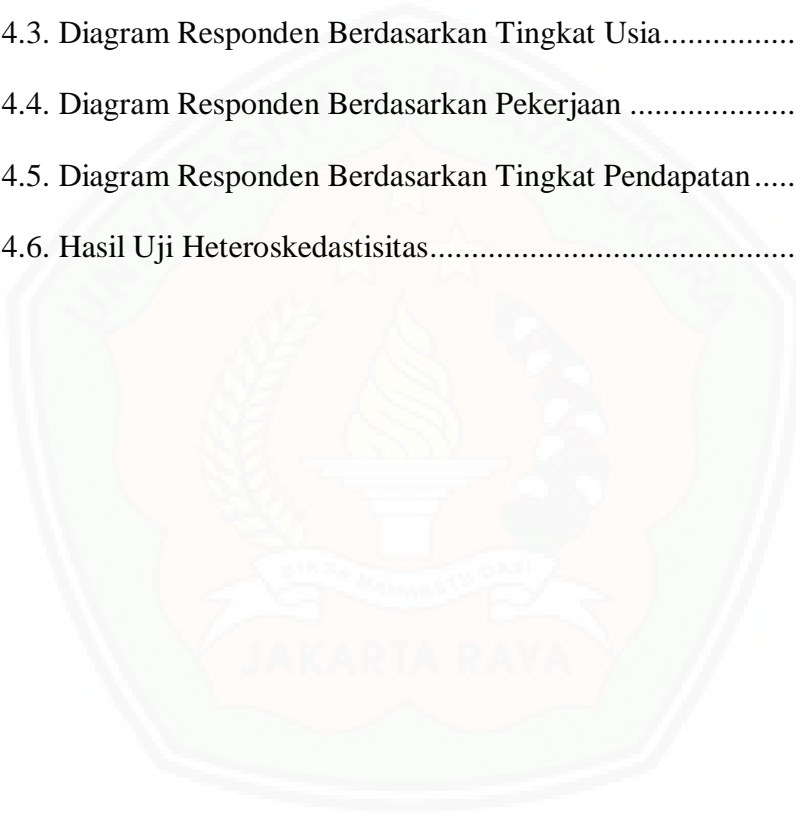


DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. <i>Top Brand Index</i> Kategori Toko Roti/ <i>Bakery</i> Fase 2 2019	3
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel	27
Tabel 3.2. Skala Likert	29
Tabel 4.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4.2. Responden Berdasarkan Tingkat Usia.....	40
Tabel 4.3. Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
Tabel 4.4. Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	42
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Citra Merek (X1)	44
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Kepercayaan Merek (X2).....	45
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Loyalitas Merek (Y)	45
Tabel 4.8. Hasil Pearson Correlation	46
Tabel 4.9. Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek (X1).....	47
Tabel 4.10. Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan Merek (X2)	47
Tabel 4.11. Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Merek (Y).....	48
Tabel 4.12. Hasil Uji Normalitas	49
Tabel 4.13. Hasil Uji Multikolinieritas	50
Tabel 4.14. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	52
Tabel 4.15. Hasil Uji T.....	53
Tabel 4.16. Hasil Uji F.....	55
Tabel 4.17. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	56

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran	21
Gambar 3.1. Model Konseptual Penelitian	25
Gambar 4.1. Struktur Organisasi Toko Roti Khasanah Sari Cabang Perumnas 3	38
Gambar 4.2. Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Gambar 4.3. Diagram Responden Berdasarkan Tingkat Usia.....	40
Gambar 4.4. Diagram Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
Gambar 4.5. Diagram Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	42
Gambar 4.6. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	51



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Riset
- Lampiran 2 : Buku Bimbingan
- Lampiran 3 : Uji Plagiarisme
- Lampiran 4 : Uji Referensi
- Lampiran 5 : Lembar Kuesioner
- Lampiran 6 : Hasil Kuesioner Citra Merek (X1)
- Lampiran 7 : Hasil Kuesioner Kepercayaan Merek (X2)
- Lampiran 8 : Hasil Kuesioner Loyalitas Merek (Y)
- Lampiran 9 : Hasil Uji Validitas
- Lampiran 10 : Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 11 : Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 12 : Hasil Uji Multikolinieritas
- Lampiran 13 : Hasil Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 14 : Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran 15 : Hasil Uji T
- Lampiran 16 : Hasil Uji F
- Lampiran 17 : Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
- Lampiran 18 : Tabel R
- Lampiran 19 : Tabel T
- Lampiran 20 : Tabel F
- Lampiran 21 : Biodata