

# PENGARUH *CITRA MEREK* TERHADAP *LOYALITAS KONSUMEN* PADA SOUR SALLY MAL KELAPA GADING 3

Oleh:

Nama : Kerwin Derianto

NIM : 23110054

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**Februari 2016**

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

## PENGESAHAN

### PENGARUH CIRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN

#### PADA SOUR SAIJY MAL KELAPA GADING 3

Diajukan Oleh:

Nama : Kerwin Derianto

NIM : 23110054

Jakarta, 12 Mei 2016

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing,



(Lily Harjati, Ir., M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2016



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## ABSTRAK

Kerwin Derianto / 23110054 / 2016 / Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Sour Sally Mall Kelapa Gading 3 / Manajemen Pemasaran / Lily Harjati, Ir., M.M.

Berkembangnya bisnis aneka makanan maupun minuman saat ini dapat dibilang cukup menjanjikan dengan melihat gaya hidup masyarakat metropollitan yang menjadi faktor dalam berdirinya suatu bisnis. Sour Sally merupakan salah satu frozen yogurt yang paling banyak digemari oleh masyarakat luas dibandingkan merek lainnya. Sour Sally, adalah sebuah outlet Frozen yogurt tanpa lemak pertama di Indonesia.

Dasar Teori yang digunakan dalam penelitian ini berhubungan dengan teori tentang citra merek dan loyalitas konsumen.

Dalam penelitian ini jumlah sampel yang ditentukan adalah sebanyak 100 responden yang berdomisili di Mall Kelapa Gading 3, Jakarta Utara.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa citra merek memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen, dimana dapat dilihat dari nilai signifikan citra merek ( $0,000/2 \leq \alpha (0,05)$ ). Dengan demikian hal ini menunjukkan bahwa adanya dukungan terhadap hipotesis penelitian yang dilakukan oleh penulis.

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen pada Sour Sally Mall Kelapa Gading 3.



©

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Dilarang mengutip, memperbanyak atau menerbitkan sebagian atau seluruh isi tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang. Penulisan kritikan dan tinjauan suatu masalah. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

- a. Pengutipan harus mencantumkan dan menyebutkan sumber.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## ABSTRACT

Kerwin Derianto / 23110054 / 2016 / The Influence between the brand image and consumer loyalty to Sour Sally Mal Kelapa Gading 3 / Marketing Management / Lily Harjat, Ir., M.M.

The Development of various food and drink business know days can be said quite promising with the metropolitan lifestyle as a dominant factor of a new rising business. Sour Sally is one of the frozen yogurt brand that went viral in the society than many other brand. Sour Sally is the first fat free frozen yogurt brand in Indonesia.

The Basic Theory in this research is the theory of the connection between brand image and consumer loyalty.

The sample in this research is 100 random respondents in Mall Kelapa Gading 3, North Jakarta.

Result of the research shows that brand image have a positive influence to the consumer loyalty, where we can see from the significant value of brand image ( $0,000/2 \leq \alpha$  (0,05)). This shows that there is some positive acceptance to the hypothesis that the writer write.

The conclusions of this research shows that brand image have a positive influence to the consumer loyalty to Sour Sally Mall Kelapa Gading 3



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas selesainya skripsi ini. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi jurusan Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang telah banyak memberikan kontribusi kepada peneliti baik berupa petunjuk, penjelasan, pengarahan, bimbingan maupun dorongan secara moril maupun materiil, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membimbing dan membantu selama proses penulisan skripsi ini, yaitu:

1. Ibu Lily Harjati, Ir., M.M. selaku dosen pembimbing peneliti yang telah bersedia menguangkan waktu, pikiran, serta saran di tengah kesibukan beliau untuk membimbing dan memberikan arahan kepada peneliti selama penyusunan skripsi ini.
2. Seluruh dosen dan staff pengajar Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mengajar peneliti selama masa perkuliahan.
3. Ayah, Ibu, dan adik-adik yang senantiasa mendukung, membimbing, mendoakan, mengasihi dan memberikan perhatian dan dukungan dengan tulus dan luar biasa, yang tidak akan pernah bisa terlupakan.
4. Sahabat-sahabat peneliti, Yoan Gloria, Alvin, Felix yang senantiasa mendukung, membantu, dan mendoakan terselesaikannya skripsi ini.
5. Para petugas perpustakaan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah membantu peneliti untuk memperoleh buku-buku serta sumber-sumber yang dibutuhkan dalam penelitian ini.





Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan mempunyai banyak keterbatasan. Namun peneliti telah berusaha semaksimal mungkin memberikan yang terbaik. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca. Tuhan Yesus memberkati.

Jakarta, Febuari 2016

Peneliti

**Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

# DAFTAR ISI



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKGG.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKGG.

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
ABSTRAK .....	iii
ABSTRACT .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	5
C. Batasan Masalah .....	5
D. Batasan Penelitian .....	6
E. Rumusan Masalah .....	6
F. Tujuan Penelitian .....	6
G. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	8
A. Landasan Teori .....	8
1. Merek .....	8
a. Definisi Merek.....	8
b. Peran Merek.....	8
c. Tingkatan Merek.....	9
d. Unsur Merek.....	10
e. Citra Merek.....	11



f. Dimensi Citra Merek .....	12
2. Loyalitas Konsumen .....	12
a. Definisi Loyalitas Konsumen .....	12
b. Membangun Loyalitas .....	13
c. Manfaat Loyalitas Konsumen.....	16
d. Pengukuran Loyalitas Konsumen.....	16
e. Dimensi Loyalitas Konsumen .....	17
3. Hubungan Antara Merek Dengan Loyalitas Konsumen .....	18
B. Penelitian Terdahulu .....	18
C. Kerangka Pemikiran .....	20
D. Hipotesis Penelitian .....	21
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>23</b>
A. Objek Penelitian .....	23
B. Desain Penelitian .....	23
C. Variabel Penelitian .....	23
D. Metode Pengumpulan Data .....	26
E. Teknik Pengambilan Sample.....	27
F. Uji Instrumen .....	28
1. Uji Validitas.....	28
2. Uji Realibilitas.....	28
G. Teknis Analisis Data .....	29
1. Analisis Deskriptif .....	30
2. Uji Asumsi Klasik .....	31
a. Uji Normalitas.....	31
b. Uji Autokorelasi.....	32
c. Uji Heterokedastisitas .....	33
3. Regresi Linier Sederhana .....	33
a. Uji Keberartian Model (Uji F) .....	34
b. Analisis Korelasi Pearson .....	35
c. Uji Signifikan Koefisiensi (Uji T) .....	37
d. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	37

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**BAB III**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





<b>BAB IV.</b>	<b>ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
<b>©</b>	<b>A. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....</b>	<b>38</b>
	1. Profil Perusahaan dan Sejarah Singkat .....	38
	2. Produk Perusahaan .....	40
	<b>B. Analisis Data .....</b>	<b>41</b>
	1. Uji Validitas dan Uji Realibilitas .....	41
	a. Uji Validitas .....	41
	b. Uji Realibilitas .....	44
	2. Analisis Data Kuesioner.....	46
	a. Analisis Profile Responden.....	46
	b. Analisis Deskriptif .....	47
	a) Citra Merek .....	47
	b) Loyalitas Konsumen .....	49
	3. Uji Asumsi Klasik.....	51
	a. Uji Normalitas.....	51
	b. Uji Autokorelasi.....	52
	c. Uji Heterokedastisitas .....	53
	4. Regresi Linier Sederhana .....	54
	a. Uji Keberartian Model (Uji F) .....	54
	b. Analisis Korelasi Pearson .....	54
	c. Uji Signifikansi Koefisiensi (Uji T).....	56
	d. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	57
	<b>C. Hasil Penelitian.....</b>	<b>57</b>
	<b>D. Pembahasan .....</b>	<b>59</b>
<b>BAB V.</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>60</b>
	<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>60</b>
	<b>B. Saran .....</b>	<b>60</b>
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>62</b>
	<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>64</b>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR TABEL

Tabel 1	Tabel Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 2	Tabel Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 1	Variabel dan Indikator Penelitian Citra Merek.....	21
Tabel 2	Variabel dan Indikator Penelitian Loyalitas Konsumen.....	23
Tabel 3	Skala Likert.....	27
Tabel 4	Interpretasi Koefisien Korelasi.....	35
Tabel 1	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek.....	42
Tabel 2	Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen.....	43
Tabel 3	Hasil Uji Reabilitas Citra Merek.....	45
Tabel 4	Hasil Uji Reabilitas Loyalitas Konsumen.....	45
Tabel 5	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 6	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 7	Tanggapan Responden Mengenai Citra Merek.....	47
Tabel 8	Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Konsumen.....	49
Tabel 9	Hasil Output Uji Normalitas.....	51
Tabel 4.10	Hasil Output Autokorelasi.....	52
Tabel 11	Hasil Output Heterokedastisitas.....	53
Tabel 12	Hasil Output Uji F.....	54
Tabel 13	Hasil Output Analisis Korelasi Pearson.....	54
Tabel 14	Hasil Interpretasi Koefisien Korelasi.....	55
Tabel 15	Hasil Output Uji Signifikansi Koefisiensi (Uji T).....	56
Tabel 16	Hasil Output Koefisien Determinasi.....	57



Hak cipta milik IBIKKG, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	21
Gambar 3.1	Masalah Yang Di Teliti.....	24
Gambar 4.1	Logo Sour Sally.....	38
Gambar 4.2	Pemilik Sour Sally.....	39
Gambar 4.3	Pemilik Sour Sally.....	39
Gambar 4.4	Produk Sour Sally.....	41
Gambar 4.5	Produk Sour Sally.....	41
Gambar 4.6	Rata-Rata Rentang Skala Variabel Citra Merek.....	49
Gambar 4.7	Hasil Autokorelasi DurbinWatson.....	53

Hak cipta ini dilindungi Undang-undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR LAMPIRAN



<b>Lampiran 1</b>	Pra kuisioner .....	63
<b>Lampiran 2</b>	Data Pra kuisioner .....	65
<b>Lampiran 3</b>	Hasil Uji Validitas Citra Merek .....	67
<b>Lampiran 4</b>	Hasil Uji Realibilitas Citra Merek .....	69
<b>Lampiran 5</b>	Hasil Uji Validitas Loyalitas Konsumen .....	74
<b>Lampiran 6</b>	Hasil Uji Realibilitas Loyalitas Konsumen .....	78
<b>Lampiran 7</b>	Kuisioner .....	82
<b>Lampiran 8</b>	Data Kuisioner .....	83
<b>Lampiran 9</b>	Output Uji Normalitas .....	
<b>Lampiran 10</b>	Output Uji Autokorelasi.....	
<b>Lampiran 11</b>	Output Uji Heterokedastisitas.....	
<b>Lampiran 12</b>	Output Uji Keberartian Model (Uji F).....	

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**Lampiran 13**

Output Analisis Korelasi Pearson.....

**Lampiran 14**

Output Uji Signifikansi Koefisiensi (Uji T).....

**Lampiran 15**

Output Uji Koefisien Determinasi.....

Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.