

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP
BRAND LOYALTY SERBUK JELLY NUTRIJELL**

DI JAKARTA TIMUR

Oleh:

Nama: Christophorus John Susilo

NIM: 28170004

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

Agustus 2021

© 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

PENGESAHAN

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST TERHADAP BRAND
LOYALTY SERBUK JELLY NUTRIJELL**

DI JAKARTA TIMUR

Diajukan Oleh:

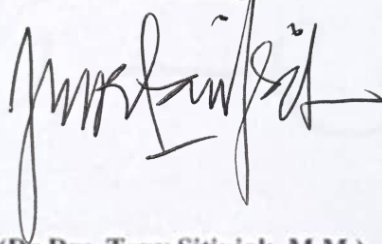
Nama: Christophorus John Susilo

NIM: 28170004

Jakarta, 8 September 2021

Disetujui Oleh:

Pembimbing



(Dr.Drs. Tony Sitinjak, M.M.)

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2021

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

Hak Cipta 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.



ABSTRAK

Christophorus John Susilo / 28170004 / 2021 / Pengaruh *Brand Image* Dan *Brand Trust* Terhadap *Brand Loyalty* Serbuk Jelly Nutrijell Di Jakarta Timur / Pembimbing: Dr. Drs. Tony Sitinjak, M.M.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui *Brand Image*, *Brand Trust*, dan *Brand Loyalty* serbuk jeli Nutrijell di Jakarta Timur, serta menguji apakah *Brand Image* dan *Brand Trust* mempengaruhi *Brand Loyalty*. *Brand Loyalty* adalah salah satu hal penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Sebab, menarik pelanggan baru akan memakan biaya 5-10 kali lebih banyak dari pada mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Selain itu, mempertahankan *customer retention rate* sebanyak 5% saja, dapat meningkatkan laba perusahaan hingga 60% pada tahun ke lima.

Brand Loyalty adalah sikap positif dan preferensi yang dimiliki konsumen terhadap suatu merek yang ditunjukkan oleh sikap konsumen yang melakukan pembelian berulang di masa yang akan datang, dan tidak mudah melakukan pergantian merek (*switching*) bahkan ketika ada perubahan, baik menyangkut harga maupun atribut lain.

Objek Penelitian ini adalah serbuk jelly Nutrijell. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik komunikasi dengan menyebarkan kuesioner kepada 115 orang responden. Untuk pengambilan sampel, teknik yang digunakan adalah *non-probability sampling*, metode yang digunakan adalah *judgement sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis persentase dan mean, serta analisis regresi linear berganda.

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi *Brand Loyalty*. Hasil uji T menunjukkan bahwa *Brand Image* dan *Brand Trust* memiliki nilai signifikansi di bawah 0,05 sehingga hipotesis diterima.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah *Brand Image* dan *Brand Trust* berpengaruh positif terhadap *Brand Loyalty* serbuk jelly Nutrijell di Jakarta Timur. Saran bagi perusahaan, agar meningkatkan *Brand Image* dan *Brand Trust* sehingga dapat meningkatkan *Brand Loyalty*.

Kata Kunci: *Brand Image*, *Brand Trust*, *Brand Loyalty*.



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.

ABSTRACT

Christophorus John Susilo / 28170004 / 2021 / *The Influence of Brand Image and Brand Trust on Brand Loyalty of Nutrijell Jelly Powder in East Jakarta* / Advisor: Dr. Drs. Tony Sitinjak, M.M.

The purpose of this study is to determine the Brand Image, Brand Trust, and Brand Loyalty of Nutrijell jelly powder in East Jakarta, as well as to test whether Brand Image and Brand Trust affect Brand Loyalty. Brand Loyalty is one of the important things that must be considered by the company. Because, attracting new customers will cost 5-10 times more than retaining existing customers. In addition, maintaining a customer retention rate of only 5% can increase company profits by 60% in the fifth year.

Brand Loyalty is a positive attitude and preference that consumers have towards a brand which is indicated by the attitude of consumers who make repeat purchases in the future, and is not easy to switch brands (switching) even when there are changes, both regarding price and other attributes.

The object of this research is Nutrijell jelly powder. Data collection techniques using communication techniques by distributing questionnaires to 115 respondents. For sampling, the technique used is non-probability sampling, the method used is judgment sampling. The data analysis technique used is percentage and mean analysis, as well as multiple linear regression analysis.

The results of multiple linear regression analysis show that the regression model can be used to predict Brand Loyalty. The T test results show that Brand Image and Brand Trust have a significance value below 0.05 therefore, the hypothesis is accepted.

The conclusion of this study is that Brand Image and Brand Trust have a positive effect on Brand Loyalty of Nutrijell jelly powder in East Jakarta. Suggestions for companies, to improve Brand Image and Brand Trust so as to increase Brand Loyalty.

Keywords: Brand Image, Brand Trust, Brand Loyalty.



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.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat kelulusan dan mendapatkan gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini, khususnya:

1. Dr. Drs. Tony Sitinjak, M.M. sebagai dosen pembimbing yang telah berkenan memberikan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, dan masukkan yang sangat berharga bagi peneliti selama proses penyusunan skripsi.
2. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mengajar dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
3. Staf perpustakaan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah membantu penulis memperoleh buku-buku dan bahan referensi lainnya yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
4. Orang tua, dan semua keluarga yang telah memberikan dukungan dan doa selama proses penyusunan skripsi.
5. Teman-teman, rekan seperjuangan, dan semua pihak lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



Penulis menyadari bahwa karya akhir ini masih jauh dari sempurna, dan masih banyak terdapat kekurangan, akibat kurangnya pengetahuan dan keterampilan dari peneliti. Oleh karenanya, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan memberikan manfaat bagi siapa saja yang membacanya.

Jakarta, Juni 2021

Christophorus John Susilo

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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

| | |
|--|-----------|
| PENGESAHAN..... | ii |
| ABSTRAK..... | iii |
| ABSTRACT..... | iv |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR TABEL..... | ix |
| DAFTAR GAMBAR..... | x |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xi |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Identifikasi Masalah..... | 8 |
| C. Batasan Masalah..... | 8 |
| D. Batasan Penelitian..... | 9 |
| E. Rumusan Masalah..... | 9 |
| F. Tujuan Penelitian..... | 9 |
| G. Manfaat Penelitian..... | 10 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA..... | 13 |
| A. Landasan Teori..... | 11 |
| 1. <i>Brand Image</i> | 18 |
| 2. <i>Brand Trust</i> | 26 |
| 3. <i>Brand Loyalty</i> | 27 |
| B. Penelitian Terdahulu..... | 34 |
| C. Kerangka Pemikiran..... | 38 |
| D. Hipotesis Penelitian..... | 40 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 41 |
| A. Objek Penelitian..... | 41 |
| B. Desain Penelitian..... | 41 |
| C. Variabel Penelitian..... | 46 |
| D. Operasionalisasi dan Pengukuran Penelitian..... | 46 |
| E. Teknik Pengambilan Sampel..... | 51 |
| F. Teknik Pengumpulan Data..... | 52 |
| G. Teknik Analisis Data..... | 53 |
| 1. Uji Validitas..... | 53 |
| 2. Uji Reliabilitas..... | 55 |
| 3. Analisis Deskriptif..... | 56 |
| 4. Uji Asumsi Klasik..... | 58 |
| 5. Analisis Regresi Linear Berganda..... | 59 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Instytut 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.



| | |
|--|-----|
| BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN..... | 63 |
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 63 |
| B. Analisis Deskriptif..... | 64 |
| C. Hasil Penelitian..... | 86 |
| D. Pembahasan..... | 92 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | 95 |
| A. Kesimpulan..... | 95 |
| B. Saran..... | 96 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 98 |
| LAMPIRAN..... | 102 |

Hak cipta milik IBKKA (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 34 |
| Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel <i>Brand Image</i> | 47 |
| Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel <i>Brand Trust</i> | 49 |
| Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel <i>Brand Loyalty</i> | 50 |
| Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> | 65 |
| Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> setelah <i>Backward Elimination</i> | 67 |
| Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Trust</i> | 69 |
| Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Loyalty</i> | 70 |
| Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Image</i> sebelum <i>Backward Elimination</i> | 71 |
| Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Image</i> sesudah <i>Backward Elimination</i> | 72 |
| Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Trust</i> | 72 |
| Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Loyalty</i> | 73 |
| Tabel 4.9 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 74 |
| Tabel 4.10 Profil Responden Berdasarkan Usia..... | 75 |
| Tabel 4.11 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 76 |
| Tabel 4.12 Analisis Variabel <i>Brand Image</i> | 77 |
| Tabel 4.13 Analisis Variabel <i>Brand Trust</i> | 81 |
| Tabel 4.14 Analisis Variabel <i>Brand Loyalty</i> | 83 |
| Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas..... | 86 |
| Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas..... | 87 |
| Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinearitas..... | 88 |
| Tabel 4.18 Hasil Uji F..... | 89 |
| Tabel 4.19 Hasil Uji T..... | 90 |
| Tabel 4.20 Koefisien Determinasi..... | 92 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Milik BIKKINS dan Informatika Kwik Kian

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

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Rata-rata Waktu Penggunaan Berbagai Media Pada Masyarakat Indonesia..... | 3 |
| Gambar 1.2 Penggunaan Media Sosial di Indonesia..... | 4 |
| Gambar 1.3 Sumber Penemuan Merek Baru pada Masyarakat Indonesia..... | 5 |
| Gambar 2.1 Dimensi <i>Brand Image</i> Menurut Bambang Sukma Wijaya..... | 19 |
| Gambar 2.2 Model Konseptual Penelitian..... | 40 |
| Gambar 4.1 Logo Perusahaan PT. Forisa Nusapersada..... | 63 |
| Gambar 4.2 Berbagai Produk PT. Forisa Nusapersada..... | 63 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

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 LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| Lampiran 1 Pra-Kuesioner..... | 103 |
| Lampiran 2 Data 30 Responden Pra-Kuesioner..... | 108 |
| Lampiran 3 Hasil Output Uji Validitas..... | 111 |
| Lampiran 4 Hasil Output Uji Reliabilitas..... | 113 |
| Lampiran 5 Kuesioner..... | 114 |
| Lampiran 6 Kuesioner dengan Google Forms..... | 119 |
| Lampiran 7 Data Kuesioner 115 Orang Responden..... | 121 |
| Lampiran 8 Data Profil Responden..... | 130 |
| Lampiran 9 Hasil Output Profil Responden..... | 133 |
| Lampiran 10 Hasil Output Analisis Deskriptif Rata-Rata Variabel & Konfiden Interval... | 134 |
| Lampiran 11 Hasil Output Uji Asumsi Klasik..... | 136 |
| Lampiran 12 Hasil Output Analisis Regresi Linear Berganda..... | 138 |
| Lampiran 13 Tabel Statistik..... | 139 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak Cipta Milik IBKGG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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