

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA AIR MINUM
KEMASAN MUTISQUA**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Timor**



OLEH

YUNI KRISTIANTI BETE BIAN

NPM : 41180006

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TIMOR
KEFAMENANU**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA AIR MINUM
KEMASAN MUTISQUA**

Disusun Oleh:

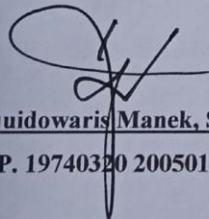
YUNI KRISTIANTI BETE BIAN

41180006

Telah Disetujui oleh :

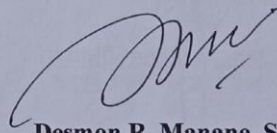
Pembimbing I

Pembimbing II



Aquidowaris Manek, SE., MSA

NIP. 19740320 200501 1 002



Desmon R. Manane, SE., MM

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



Elfrida D. Naihati, SE., MM

NIP. 19880523 201504 2 002

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA AIR MINUM
KEMASAN MUTISQUA**

Skripsi ini telah di pertahankan dalam sidang skripsi yang di laksanakan :

Hari/ tanggal : Selasa . 17 Januari 2023

Jam : 09.30 -10.30

Ruangan : Feb II

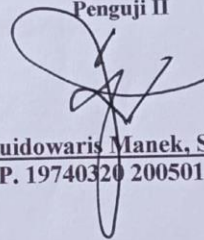
Tim Penguji:

Penguji I



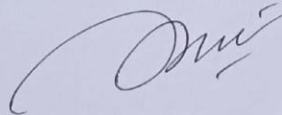
Imelda Thein, SE. MM
NIP. 1979032120050120001

Penguji II



Aquidowaris Manek, SE., MSA
NIP. 19740320 200501 1 002

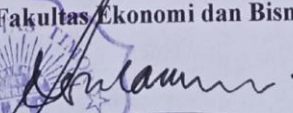

Penguji III



Desmon R. Manane, SE., MM

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Kamilaus K. Oki, S.E., M.E

NIP. 19690925 200501 1 001

MOTTO

SELAMA ADA NIAT DAN KEYAKINAN

SEMUA AKAN JADI MUNGKIN

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Tuhan Yesus dan Bunda Maria yang memberikan kekuatan dan kesabaran serta cinta kasih selama menempuh pendidikan.
2. Kedua Orang tua tercinta
3. Kakak, adik, dan keluarga besar yang selalu mendukung
4. Sahabat terbaik Ephiy Nino, Imel ,Shia, Ita, Yanti, Mira, Yesti, Anjeli, Reli, Ista, Ensi, Jeshy, Lia dan Quila yang selalu mendukung dengan caranya masing-masing.
5. Almamater Fakultas Ekonomi – Universitas Timor.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur serta terima kasih ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan karunia-Nya yang berlimpah kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini berjudul **“PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS PADA AIR MINUM KEMASAN MUTISQUA”**. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Timor.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini, penulis mendapat bantuan, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih tak terhingga kepada:

1. Bapak Aquidowaris Manek, SE., MSA selaku dosen pembimbing utama yang telah membimbing dan mengarahkan penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Desmon R. Manane, SE., MM selaku dosen pembimbing pendamping yang telah membimbing dan memberikan motivasi kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini dengan baik.
3. Ibu Elfrida D. Naihati, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan motivasi kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini dengan baik.
4. Bapak Dr. Kamilaus K. Oki, SE. ME selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Timor.

5. Bapak/Ibu Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Timor yang telah memberikan ilmu dan wawasan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini dengan baik..
6. Orang tua tercinta, kakak, adik, dan keluarga besar yang selalu mendoakan dan mendukung, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Teman-teman seperjuangan Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Timor yang telah memberikan semangat dan motivasi kepada penulis dalam penyusunan proposal ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna dalam penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak yang berkepentingan.

Kefamenanu, September 2022

Penulis

ABSTRAK

YUNI KRISTIANTI BETE BIAN, 2022. Pengaruh Citra Merek, dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Konsumen pada Air Minum Kemasan Mutisqua. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: Pengaruh Citra Merek (X1) dan Kepercayaan Merek (X2) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) pada Air Minum Kemasan Mutisqua. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui kuisioner yang diberikan kepada 85 orang responden. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana dan analisis linear berganda dengan bantuan *software* SPSS 20. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel Citra Merek (X1) berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen (Y) dibuktikan dengan nilai t hitung $>$ t tabel ($2,629 > 1,990$) dengan tingkat signifikansi ($0,000 < 0,05$) dengan nilai koefisien korelasi sebesar $0,0653$ hubungannya kuat. Variabel Kepercayaan Merek (X2) berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen (Y). dibuktikan dengan nilai t hitung $>$ t tabel ($4,625 > 1,990$) dengan tingkat signifikansi ($0,000 < 0,05$) dengan nilai koefisien $0,618$ hubungannya kuat. Variabel Citra Merek (X1) dan Kepercayaan Merek (X2) secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen (Y). Hal ini dibuktikan dari nilai F hitung lebih besar dari F tabel ($37,815 > 2,71$) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ dan koefisien korelasi sebesar $0,693$ hubungannya kuat.

Kata kunci : Citra Merek (X1), Kepercayaan Merek (X2), dan Loyalitas Konsumen (Y)

ABSTRACT

YUNI KRISTIANTI BETE BIAN, 2022. *The Effect of Brand Image and Brand Trust on Consumer Loyalty in Mutisqua Bottled Water. This study aims to determine: Effect of Brand Image (X1) and Brand Trust (X2) on Consumer Loyalty (Y) in Mutisqua Bottled Water. The data used in this study are primary data obtained through a questionnaire given to 85 respondents. The method used is the quantitative method. The data analysis technique used is simple linear regression analysis and multiple linear analysis with the help of SPSS 20 software. The results of this study prove that the Brand Image variable (X1) has an effect on Consumer Loyalty (Y) as evidenced by the t count $>$ t table ($2.629 > 1.990$) with a significant level ($0.000 < 0.05$) with a correlation coefficient value of 0.0653 , the relationship is strong. Brand Trust Variable (X2) has an effect on Consumer Loyalty (Y). evidenced by the value of t count $>$ t table ($4.625 > 1.990$ with a significant level ($0.000 < 0.05$) with a coefficient value of 0.618 a strong relationship. Variables Brand Image (X1) and Brand Trust (X2) simultaneously affect Consumer Loyalty (Y) This is evidenced by the calculated F value greater than F table ($37, 815 > 2.71$) with a significant level of $0.000 < 0.05$ and a correlation coefficient of 0.693 with a strong relationship.*

Keywords: *Brand Image (X1), Brand Trust (X2), and Consumer Loyalty (Y)*

**PERNYATAAN
ORISINALITAS SKRIPSI**

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya di dalam skripsi dengan judul : **“PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA AIR MINUM KEMASAN MUTISQUA”** adalah benar – benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakkan dari karya tulis orang lain dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain yang kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur – unsur PLAGIASI, saya bersedia SKRIPSI ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh Sarjana Ekonomi (SE) di batalkan, sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU NO. 22 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Kefamenanu, Desember 2022

Mahasiswa,


(Yuni Kristianti Bete Bian)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDULi
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORSINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GRAFIK.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 konsep Loyalitas	8
2.2 Pengertian Merek.....	11
2.3 Kepercayaan Merek	17
2.4 Penelitian Dahulu.....	20
2.5 Hubungan Teoritis antar Variabel dan Perumusan Hipotesis	21
2.6 Kerangka Pemikiran	24
2.6 Definisi Konsep dan Pengukuran Variabel.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	28

3.1 Tempat Dan Waktu Penelitian	28
3.2 Populasi Dan Sampel	28
3.3 Data dan Variabel	29
3.4 Teknik Pengumpulan Data	29
3.5 Variabel Penelitian.....	30
3.6 Uji Intrumen Penelitian.....	30
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	33
3.8 Teknik Analisis Data	34
3.9 Koefisien Determinasi	37
3.10 Pengujian Hipotesis	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Gambaran Umum Tempat Penelitian	40
4.2 Deskripsi Responden	41
4.3 Hasil Uji Instrumen.....	44
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	47
4.5 Hasil Analisis Data	56
4.6 Koefisien Determinasi	69
4.7 Hasil Pengujian Hipotesis.....	70
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	73
BAB V PENUTUP	78
5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Saran	79
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pembelian Konsumen Mutisqua.....	5
Tabel 2.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	26
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	42
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas	45
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	46
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas One Sample Kolmogrov Smirnov	49
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas	50
Tabel 4.8 Hasil Uji Autokorelasi	52
Tabel 4.9 Hasil Uji Linearitas Citra Merek (X1) Terhadap LoyalitasKonsumen....	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Linearitas Kepercayaan Merek (X1) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y)	55
Tabel 4.11 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Citra Merek (X1)	56
Tabel 4.12 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kepercayaan Merek (X2)	58
Tabel 4.13 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Loyalitas Konsumen.....	60
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana Citra Merek (X1) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y).....	86
Tabel 4.15 Hasil Uji R Variabel (X1) Terhadap (Y)	64
Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana Kpercayaan Merek Terhadap Loyalitas Konsumen (Y)	65
Tabel 4.17 Hasil Uji R Variabel (X2) Terhadap (Y)	66
Tabel 4.18 Hasil Analisis Linear Berganda Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen (Y).....	67

Tabel 4.19 Variabel (X1) dan (X2) Terhadap (Y)	68
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	69
Tabel 4.21 Hasil Uji t Variabel Citra Merek (X1)	70
Tabel 4.22 Hasil Uji t Variabel Kepercayaan Merek (X2)	71
Tabel 4.23 Hasil Uji F Citra Merek (X1) Kepercayaan Merek (X2) terhadap Loyalitas Konsumen (Y).....	72

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin	41
Grafik 4.2 Jumlah Responden Menurut Umur.....	42
Grafik 4.3 Jumlah Responden Menurut Pekerjaan	43
Grafik 4.4 Rekapitulasi Jawaban Responden variabel Citra Merek (X1).....	56
Grafik 4.5 Rekapitulasi Jawaban Responden variabel Kepercayaan Merek (X2)...	59
Grafik 4.4 Rekapitulasi Jawaban Responden Loyalitas Konsumen (Y).....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Kerangka Berpikir	25
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas P-Plot	48
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisoner Penelitian.....	3
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	5
Lampiran 3 Hasil Ouput SPSS.....	26