

**PENGARUH EKUITAS MEREK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA PRODUK  
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN  
(STUDI KASUS PRODUK SUSU ZEE PADA PT KALBE NUTRITIONALS)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan  
Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



**Nama : Wahyu Hidayat**

**NIM : 43111110019**

**Program Studi Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2016**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Wahyu Hidayat

Nim : 43111110019

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

UNIVERSITAS

# MERCU BUANA

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 10 Maret 2016



NIM : 43111110019

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Wahyu Hidayat

NIM : 43111110019

Program Studi : S1 Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Produk, dan Harga Produk  
Terhadap Loyalitas Konsumen Susu Zee Pada PT. Kalbe Nutritionals

Disahkan Oleh :

Pembimbing,

Ketua Penguji,



Tanggal:

Tanggal:

Dekan, Ketua Program Studi,

S1 Manajemen

Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA.

Dr. Rina Astini, SE., MM.

Tanggal:

Tanggal: 19/3 2016

## DAFTAR ISI

<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Kontribusi Penelitian.....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN</b>	
<b>DAN HIPOTESIS.....</b>	<b>10</b>
A. Pengertian Pemasaran .....	10
B. Konsep Pemasaran dan Orientasi Pasar.....	11
C. Elemen Kunci Kesuksesan Pemasaran.....	12
D. Loyalitas Pelanggan.....	14
E. Upaya peningkatan loyalitas pelanggan.....	16
F. Kualitas Produk.....	18
G. Ekuitas Merek.....	21
H. Pengertian Harga.....	27
I. Hubungan antara Ekuitas Merk dengan Loyalitas Pelanggan.....	31
J. Hubungan antara Kualitas Produk dan Harga dengan Loyalitas Pelanggan.....	32
K. Hubungan antara Harga dengan Loyalitas Pelanggan.....	33
L. Penelitian Terdahulu.....	34
M. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	38
N. Hipotesis Penelitian.....	38

<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	40
A. Jenis Penelitian.....	40
B. Waktu dan tempat Penelitian.....	40
C. Desain Penelitian.....	40
D. Definisi dan Operational Variabel.....	42
E. Pengukuran Variabel.....	47
F. Populasi dan Sampel Penelitian.....	48
G. Teknik Pengumpulan Data.....	49
H. Metode Analisis Data.....	50
 <b>BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	59
A. Hasil Penelitian .....	59
1. Gambaran Umum Responden .....	59
2. Statistik Deskriptif dan Frekuensi Data .....	59
a) Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin....	60
b) Deskripsi Responden berdasarkan Usia.....	60
c) Deskripsi berdasarkan Lama konsumsi susu Zee.....	61
d) Frekuensi Data Responden.....	62
e) Hasil Uji Kualitas Instrumen Penelitian dan Uji Asumsi.....	67
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	81

1. Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Loyalitas Konsumen .....	81
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen ....	81
3. Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen .....	82
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>84</b>
A. Kesimpulan .....	84
B. Saran ... .....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>87</b>

## LAMPIRAN

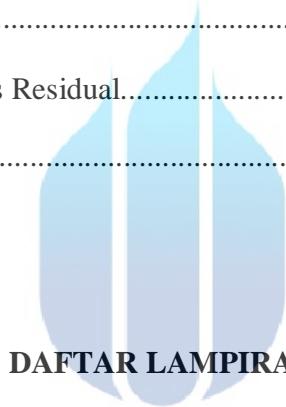


## DAFTAR TABEL

<b>NO. Keterangan</b>	<b>Halaman</b>
1.1 Tabel Tingkat Konsumsi Susu Di Negara ASEAN Tahun 2011....	1
2.1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	35
3.1 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional.....	45
4.1 Tabel Jenis Kelamin Responden.....	60
4.2 Tabel Lama Konsumsi Susu Zee.....	61
4.3 Tabel Frekuensi Pernyataan Ekuitas Merek.....	62
4.4 Tabel Frekuensi pernyataan Kualitas Produk.....	64
4.5 Tabel Frekuensi pernyataan Harga Produk.....	65
4.5 Tabel Frekuensi pernyataan Loyalitas Konsumen.....	66
4.7 Tabel Hasil Uji Validitas Ekuitas Merek.....	68
4.8 Tabel Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	68
4.9 Tabel Hasil Uji Validitas Harga Produk.....	69
4.10 Tabel Hasil Uji Validitas Loyalitas Konsumen.....	69
4.11 Tabel Hasil Pengujian Reliabilitas.....	70
4.12 Tabel Hasil Uji Multikolinearitas.....	74
4.13 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	77
4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi R <sup>2</sup> .....	78
4.15 Hasil Uji Statistik F.....	79
4.16 Hasil Uji Statistik T.....	80

## **DAFTAR GAMBAR**

<b>NO.</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Halaman</b>
1.1	Diagram Pangsa Pasar Susu Bubuk Indonesia Berdasarkan Nilai Pasar.....	2
1.2	Data Penjualan Susu Zee 2015 Area Bekasi.....	7
2.1	Rerangka Pemikiran Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen Susu Zee .....	38
4.1	Grafik Histogram.....	72
4.2	Grafik P-P Plot Uji Normalitas Residual.....	73
4.3	Grafik Scatterplot.....	75



## **DAFTAR LAMPIRAN**

<b>No.</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Halaman</b>
Lampiran 1	Kuisisioner.....	89
Lampiran 2	Tabulasi Hasil Kuisisioner.....	93
Lmapiran 3	Hasil Uji Statistik.....	94

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "**Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Produk Susu Zee Pada PT. Kalbe Nutritionals)**". Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti berbagai pihak, khususnya Bapak Dudi Permana, Ph.D., MM, selaku dosen pembimbingskripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis haturkan alhamdulilah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencerahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Kedua orang tua tercinta dan istri, serta putri saya yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberi semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Ir. Arissetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

4. Ibu Rina Astini, Dr., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Yennida Parmariza, S.Sos., MM selaku Ketua Penguji sidang skripsi Universitas Mercu Buana.
6. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
7. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi, serta doanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.



Jakarta, 10 Maret 2016

Wahyu Hidayat