

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *BRAND EQUITY* TERHADAP
CUSTOMER SATISFACTION SERTA DAMPAKNYA PADA *CUSTOMER*
LOYALTY MIE INSTAN MEREK INDOMIE**

**(Studi Kasus Pada Ibu-Ibu Rumah Tangga Yang Mengonsumsi Indomie Di Wilayah
Kelurahan Sukabumi Selatan, Rt.007/04, Kecamatan Kebon Jeruk, Jakarta Barat)**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Nama : Ria Rahmawati
NIM : 43112010239

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2016

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *BRAND EQUITY* TERHADAP
CUSTOMER SATISFACTION SERTA DAMPAKNYA PADA *CUSTOMER*
LOYALTY MIE INSTAN MEREK INDOMIE**

**(Studi Kasus Pada Ibu-Ibu Rumah Tangga Yang Mengonsumsi Indomie di Wilayah
Kelurahan Sukabumi Selatan, Rt.007/04, Kecamatan Kebon Jeruk, Jakarta Barat)**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Nama : Ria Rahmawati
NIM : 43112010239

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2016

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ria Rahmawati

Nim : 43112010239

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 plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 18 Agustus 2016



Ria Rahmawati

NIM : 43112010239

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ria Rahmawati
NIM : 43112010239
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* Dan *Brand Equity* Terhadap
Customer Satisfaction Serta Dampaknya Pada *Customer Loyalty* Mie Instan Merek Indomie
Tanggal Lulus Ujian : 18 Agustus 2016

Disahkan Oleh:

Pembimbing Skripsi

Ketua Penguji



(Dr. Tafiprios, SE., MM)
Tanggal : 18 Agustus 2016



(Yuhartil, SE., ME)
Tanggal : 18 Agustus 2016

UNIVERSITA
MERCU BUANA

Dekan

Ketua Program Studi
Manajemen S1



(Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak.,MS.,CA)
Tanggal : 18 Agustus 2016



(Dr. Rina Astini, SE.,MM)
Tanggal : 18 Agustus 2016

KATA PENGANTAR

Assalamu ‘alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah robbil’ alamin, segala puji bagi Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dalam bentuk serta isinya yang berjudul “Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Equity* Terhadap *Customer Satisfaction* dan Dampaknya Pada *Customer Loyalty* Mie Instan Merek Indomie (Studi Kasus Pada Ibu-Ibu Rumah Tangga Yang Mengonsumsi Indomie Di Wilayah Kelurahan Sukabumi Selatan, Rt.007/04, Kecamatan Kebon Jeruk, Jakarta Barat)“. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah banyak menerima bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih atas segala bantuan dan dukungan moril dalam penyusunan skripsi ini. Penulis mendedikasikan kehormatan dan mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Tafiprios. S.E., MM. Selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak membimbing dan memberi pengertian dalam penyusunan proposal skripsi ini hingga selesai.

2. Dr. Ir. Arrisetyanto Nugroho, MM. Selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
5. Kepada kedua orang tua yang selalu mendoakan, dan memberi semangat, kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada Kedua Kakakku yang selalu bersedia mengantar dan menemani penulis dalam proses menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada teman-teman yang selalu saling memberikan semangat dan saling membantu selama menyelesaikan skripsi ini.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengalaman dan pengetahuan, oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan wacana bagi semua pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Jakarta, 18 Agustus 2016

Ria Rahmawati

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI | i |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI | ii |
| ABSTRAK..... | iii |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GRAFIK..... | xv |
| DAFTAR GAMBAR..... | xvi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvii |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Penelitian..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah Penelitian..... | 11 |
| C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian..... | 11 |
| 1. Tujuan Penelitian..... | 11 |
| 2. Kontribusi Penelitian | 12 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS | |
| A. Kajian Pustaka..... | 14 |
| 1. Pemasaran dan Manajemen Pemasaran | 14 |
| a. Pengertian Pemasaran | 14 |
| b. Pengertian Manajemen Pemasaran | 15 |

| | |
|--|----|
| 2. Merek..... | 16 |
| a. Pengertian Merek..... | 16 |
| b. Manfaat Merek | 19 |
| 3. <i>Brand Image</i> (Citra Merek)..... | 20 |
| a. Pengertian <i>Brand Image</i> (Citra Merek) | 20 |
| b. Membangun <i>Brand Image</i> | 22 |
| c. Manfaat <i>Brand Image</i> (citra merek) | 22 |
| d. Dimensi <i>Brand Image</i> (citra merek) | 23 |
| 4. <i>Brand Equity</i> (Ekuitas Merek) | 24 |
| a. Pengertian <i>Brand Equity</i> (ekuitas merek) | 24 |
| b. Manfaat <i>Brand Equity</i> (ekuitas merek)..... | 25 |
| c. Dimensi <i>Brand Equity</i> (ekuitas merek)..... | 26 |
| 5. <i>Customer Satisfaction</i> (kepuasan pelanggan) | 27 |
| a. Pengertian Kepuasan Pelanggan..... | 27 |
| b. Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan..... | 29 |
| c. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan | 30 |
| 6. <i>Customer Loyalty</i> (Loyalitas Pelanggan)..... | 32 |
| a. Pengertian Loyalitas Pelanggan | 32 |
| b. Membangun Loyalitas Pelanggan | 34 |
| c. Pengukuran Loyalitas Pelanggan..... | 36 |
| d. Dimensi <i>customer loyalty</i> (loyalitas pelanggan) | 38 |
| B. Penelitian Terdahulu..... | 39 |
| C. Rerangka Pemikiran | 42 |

| | |
|--------------------|----|
| D. Hipotesis | 44 |
|--------------------|----|

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|--|----|
| A. Waktu dan Tempat Pelaksanaan | 49 |
| 1. Waktu Penelitian | 49 |
| 2. Tempat Penelitian..... | 49 |
| B. Desain Penelitian..... | 49 |
| C. Definisi dan Operasional Variabel | 50 |
| D. Pengukuran Variabel | 54 |
| E. Populasi dan Sampel | 56 |
| 1. Populasi Penelitian | 56 |
| 2. Sampel dan Metode Penelitian Sampel | 56 |
| F. Teknik Pengumpulan Data | 58 |
| G. Jenis Data..... | 58 |
| H. Metode Analisis | 59 |
| 1. Pengembangan Model Teoristik..... | 60 |
| 2. Pengembangan Diagram Jalur (<i>Path Diagram</i>)..... | 60 |
| 3. Menyusun Diagram Jalur (<i>Path Diagram</i>) | 61 |
| 4. Uji Instrumen | 62 |
| a. Uji Validitas | 62 |
| b. Uji Reliabilitas..... | 63 |
| 5. Pengujian Evaluasi Asumsi Model..... | 64 |
| a. Ukuran sampel..... | 64 |
| b. Uji Normalitas Data..... | 64 |

| | |
|------------------------------|----|
| c. Evaluasi Outlier | 65 |
| 6. Uji Kesesuaian model..... | 65 |
| 7. Hipotesis | 66 |

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

| | |
|---|----|
| A. Gambaran Umum Perusahaan..... | 67 |
| 1. Sejarah Singkat PT. Indofood Sukses Makmur Tbk | 67 |
| B. Karakteristik Responden..... | 70 |
| 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 70 |
| 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 71 |
| 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Indomie Selama Seminggu..... | 72 |
| C. Metode Analisis Data | 73 |
| 1. Uji Validitas dengan Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Analysis Factor</i>) | 73 |
| a. Analisis Faktor Konfirmatori Antar Konstruk Eksogen..... | 76 |
| b. Analisis Faktor Konfirmatori Antar Konstruk Endogen | 79 |
| 2. Uji Reliabilitas..... | 82 |
| 3. Uji Normalitas Data..... | 84 |
| 4. Evaluasi Outlier | 86 |
| 5. Analisis Full Model | 89 |
| 6. Hasil Uji Kelayakan Model Penuh (<i>Full Model</i>) | 92 |
| 7. Pengujian Hipotesis | 93 |
| D. Pembahasan..... | 95 |

| | |
|---|----|
| 1. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> | 95 |
| 2. Pengaruh <i>Brand Equity</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> | 96 |
| 3. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> | 97 |
| 4. Pengaruh <i>Brand Equity</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> | 97 |
| 5. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> | 98 |

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

| | |
|---|-----|
| A. Kesimpulan | 99 |
| B. Saran | 100 |
| 1. Saran Bagi PT. Indofood Sukses Makmur Tbk..... | 100 |
| 2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya | 101 |

| | |
|-----------------------------|------------|
| DAFTAR PUSTAKA | 102 |
|-----------------------------|------------|

LAMPIRAN **UNIVERSITAS**
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

| No. | Keterangan | Halaman |
|-----|---|---------|
| 1.1 | Tabel Penghargaan Indomie Tahun 2009-2012..... | 5 |
| 1.2 | Tabel Kinerja Merek Mie Instan Tahun 2010-2012 | 7 |
| 1.3 | Tabel <i>Best Brand Index</i> Mie Instan..... | 8 |
| 2.1 | Tabel Hasil Penelitian Terdahulu..... | 39 |
| 3.1 | Tabel Definisi Operasional Variabel <i>Brand Image</i> | 52 |
| 3.2 | Tabel Definisi Operasional Variabel <i>Brand Equity</i> | 52 |
| 3.3 | Tabel Definisi Operasional Variabel <i>Customer Satisfaction</i> | 53 |
| 3.4 | Tabel Definisi Operasional Variabel <i>Customer Loyalty</i> | 54 |
| 3.5 | Tabel Simbol-Simbol Diagram Jalur Dalam SEM..... | 61 |
| 3.6 | Tabel <i>Goodness of fit indeks</i> | 66 |
| 4.1 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 70 |
| 4.2 | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 71 |
| 4.3 | Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Indomie Selama Seminggu | 72 |
| 4.4 | Hasil <i>Standardized Regression Weights</i> Antar Konstruk Eksogen dan Endogen | 75 |
| 4.5 | Hasil <i>Standardized Resression Weights</i> Antar Konstruk Eksogen | 77 |
| 4.6 | Hasil <i>Standardized Regression Weights</i> Antar Konstruk Eksogen (Modifikasi) | 78 |
| 4.7 | Hasil <i>Standardized Resression Weights</i> Antar Konstruk Endogen..... | 80 |
| 4.8 | Hasil <i>Standardized Resression Weights</i> Antar Konstruk Endogen (Modifikasi)..... | 81 |

| | | |
|------|---|----|
| 4.9 | Hasil Uji Reliabilitas Variabel Eksogen..... | 83 |
| 4.10 | Hasil Uji Reliabilitas Variabel Endogen | 84 |
| 4.11 | Uji Normalitas <i>Assesment of Normalit</i> | 85 |
| 4.12 | Uji Data Outlier <i>Observation Farthest From The Centroid</i> (<i>Mahalanobis Distance</i>) | 86 |
| 4.13 | Hasil <i>Standardized Regression Weights</i> Model Penuh (<i>Full Model</i>) | 91 |
| 4.14 | Hasil Uji Kelayakan Model Penuh (<i>Full Model</i>)..... | 92 |
| 4.15 | Hasil Uji <i>Regression Weights Full Model</i> | 94 |



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GRAFIK

| No. | Keterangan | Halaman |
|-----|---|---------|
| 1.1 | Grafik Kinerja Merek Mie Instan Tahun 2010-2012 | 7 |
| 1.2 | Garfik <i>Best Brand Index</i> Mie Instan | 8 |



DAFTAR GAMBAR

| No. | Keterangan | Halaman |
|-----|---|---------|
| 2.1 | Rerangka Pemikiran | 44 |
| 3.1 | Konsep Diagram Model yang Dikembangkan dalam Penelitian..... | 61 |
| 4.1 | Analisis <i>Full Model</i> | 74 |
| 4.2 | Analisis Faktor Konfirmatori Antar Konstruk Eksogen..... | 76 |
| 4.3 | Analisis Faktor Konfirmatori Antar Konstruk Eksogen (Modifikasi) .. | 78 |
| 4.4 | Analisis Faktor Konfirmatori Antar Konstruk Endogen | 79 |
| 4.5 | Analisis Faktor Konfirmatori Antar Konstruk Endogen (Modifikasi) .. | 81 |
| 4.6 | Analisis Faktor Konfirmatori Model Penuh (<i>Full Model</i>)..... | 90 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | Keterangan | Halaman |
|------------|---|----------------|
| Lampiran 1 | Kuesioner | 107 |
| 2 | Data Karakteristik Responden..... | 108 |
| 3 | Data Kuesioner Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i> | 113 |
| 4 | Data Kuesioner Jawaban Responden Variabel <i>Brand Equity</i> | 118 |
| 5 | Data Kuesioner Jawaban Responden Variabel <i>Customer Satisfaction</i> | 123 |
| 6 | Data Kuesioner Jawaban Responden Variabel <i>Customer Loyalty</i> | 128 |
| 7 | Uji Konfirmatori <i>Full Model</i> | 133 |
| 8 | Hasil Uji SEM-AMOS Konstruk Eksogen | 136 |
| 9 | Hasil Uji SEM-AMOS Konstruk Eksogen (Modifikasi) | 137 |
| 10 | Hasil Uji SEM-AMOS Konstruk Endogen | 139 |
| 11 | Hasil Uji SEM-AMOS Konstruk Endogen (Modifikasi)..... | 140 |
| 12 | Hasil Uji SEM-AMOS <i>Full Model</i> | 142 |
| 13 | Uji Normalitas | 145 |
| 14 | Uji Outlier | 146 |