

**ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST  
TERHADAP BRAND LOYALTY**  
**“ Survei konsumen Aqua di Seven Eleven Cilandak Commercial  
Estate Jakarta Selatan ”**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Study  
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta



Nama : Muhamad Beni  
Nim : 43110120033

Program Study Manajemen  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2015

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhamad beni

NIM : 43110120033

Program Studi : Manajemen S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Brand Image dan Brand Trust  
terhadap brand loyalty Air minum dalam kemasan siap  
minum Aqua

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumber sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan plagiat (penjiplakan). Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 11 /08/2015



Muhamad Beni

NIM : 43110120033

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhamad Beni  
NIM : 43110120033  
Program Studi : MANAJEMEN S1  
Judul : Analisis Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap  
Brand Loyalty Air minum dalam kemasan siap minum  
Aqua  
Tanggal Ujian Skripsi : 5/8-2015  
Disahkan Oleh :  
Pembimbing Skripsi Ketua Penguji  
Priyono, MSM Hesti Maheswari SE., M.Si  
Tanggal : 6-8-2015 Tanggal : 11/8-2015

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Progam Manajemen S1

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

Tanggal : 12/8-2015

Dr. Rina Astini, SE., MM

Tanggal : 11/8 2015

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty (Study Kasus pada Konsumen Aqua di Seven Eleven Cilandak Commercial Estate Jakarta Selatan)”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Study 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 serta dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Priyono, MSM, Selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang mencerahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Kedua orang tua tercinta yaitu Bapak Nasori dan Ibu Solikha, kakak dan adik 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 Suprihadi dan Bapak Gatot Selalu memberikan doa, semangat, dukuanga moral dan material kepada penulis selama ini.
3. Seluruh Staf PT. Daya Alam Tehnik Inti yang telah memberikan semangat dan doa yang tidak henti-hentinya untuk penulis.
4. Bapak Dr.Ir. Arissetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana
5. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., M.Si, CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
6. Ibu Dr. Rina Astini, SE., MM selaku ketua Program Study Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
7. Seluruh Dosen dan Staf Program Study Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
8. Temen-temen Manajemen Angkatan XVII yang telah memberikan Bantuan, Semangat dan Motivasi kepada penulis khususnya Agus, Prem, Kenny, Charlie, Nesty, Nofi, Lisa, Vinny, Ayu dan Serta Temen- temen yang lain yang selalu memberikan dukungannya kepada penulis.
9. 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, 8 Agustus 2015

Muhamad Beni



## DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
ABSTRAK .....	iii
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii

## BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian .....	4
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	5
1. Tujuan Penelitian .....	5
2. Kontribusi Penelitian .....	6

## BAB II KAJIAN PUSTAKA KERANGKA PEMIKIRAN H1POTESIS

A. Kajian Pustaka .....	7
1. Pengertian Brand .....	7
2. Pengertian Brand Image .....	9
3. Pengertian Brand Trust .....	13
4. Pengertian Brand Loyalty .....	15
5. Penelitian Terdahulu .....	22
B. Kerangka Berfikir .....	26
C. Hipotesis .....	27

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	28
B. Desain Penelitian .....	28
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel .....	29
1. Variabel Penelitian .....	29
2. Definisi Oprasional Variabel .....	30
D. Populasi dan Sampel Penelitian .....	33
1. Populasi .....	33
2. Sampel .....	33
3. Obyek Penelitian .....	34
E. Teknik Pengumpulan Data .....	34
F. Metode Analisis .....	35
1. Teknik Pengumpulan Data .....	36
a. Uji Validitas .....	36
b. Uji Reliabilitas .....	37
2. Uji Asumsi Klasik .....	38
a. Uji Normalitas .....	38
b. Uji Heteroskedastisitas .....	38
c. <del>Uji Multikolinieritas</del> .....	39
3. Teknik Analisis Data .....	39
a. Analisis Regresi Liner Berganda .....	39
b. Uji F ( Uji Simultan) .....	40
c. Uji t (Uji Parsial) .....	40

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	42
Tempat dan Waktu Penelitian .....	42
B. Statisrik Deskriptif .....	42
C. Hasil Uji Kualitas Instrumen Penelitian dan Uji Asumsi .....	47
1. Uji Kualitas Instrumen Penelitian .....	47
a. Uji Validitas Data .....	47

b.	Uji Reliabilitas Data .....	51
2.	Uji Asumsi Klasik .....	52
	a. Uji Normalitas Data .....	52
	b. Uji Heteroskedastisitas .....	55
	c. Uji Multikolinieritas .....	56
D.	Pengujian Hipotesis .....	57
1.	Hasil Uji Regresi Berganda .....	58
2.	Hasil Pengujian Hipotesis F .....	60
3.	Hasil Pengujian Hipotesis t .....	61
E.	Pembahasan .....	62
1.	Pengaruh brand image terhadap brand loyalty .....	62
2.	Pengaruh brand trust terhadap brand loyalty .....	62
<b>BAB V KESIMPULAN dan SARAN</b>		
A.	Kesimpulan .....	63
B.	Saran .....	64
Daftar Pustaka .....	65	
Lampiran .....	66	

**MERCU BUANA**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Kategori Air minum dalam kemasan .....	3
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Indikator Variabel .....	32
Tabel 3.2 Skor Jawaban .....	35
Tabel 4.1 Jenis Kelamin .....	43
Tabel 4.2 Usia .....	44
Tabel 4.3 Pekerjaan .....	45
Tabel 4.4 Pendapatan .....	46
Tabel 4.5 Validitas Brand Image .....	47
Tabel 4.6 Validitas Brand Trust .....	49
Tabel 4.7 Validitas Brand Loyalty .....	50
Tabel 4.8 Reliability Statistic .....	51
Tabel 4.9 One- Sample kolmogoror .....	55
Tabel 4.10 Coefficients .....	57
Tabel 4.11 Model Summary .....	59
Tabel 4.12 Anova .....	60
Tabel 4.13 Coefficients .....	61

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Piramida Brand loyalty .....	19
Gambar 2.2 Rerangka Pemikiran .....	26
Gambar 4.1 Grafik P-P of Uji Normalitas Residual .....	52
Gambar 4.2 Grafik Histogram .....	54
Gambar 4.3 Grafik Heteroskedastisitas .....	56



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner .....	66
Lampiran B Data Mentah Kuesioner .....	71
Lampiran C Tabel Frekuensi .....	77
Lampiran D Hasil Uji Validitas .....	85
Lampiran E Hasil Uji Reliabilitas .....	88
Lampiran F Hasil Uji Asumsi Klasik .....	90
Lampiran G Hasil Uji Goodnees of fit .....	93

