

**PENGARUH KESADARAN MEREK, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN  
MEREK, KEPUASAN PELANGGAN DAN KUALITAS YANG DIRASA  
TERHADAP LOYALITAS MEREK FLORIDINA ORANGE DI  
SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Program Studi Manajemen



Oleh :

**ARISKY TRI RACHMADHAN**

**2013210987**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2018**

**PENGARUH KESADARAN MEREK, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, KEPUASAN PELANGGAN DAN KUALITAS YANG DIRASA TERHADAP LOYALITAS MEREK FLORIDINA ORANGE DI SURABAYA**

Diajukan oleh :

**Arisky Tri Rachmadhan**

**2013210987**

Skripsi ini telah dibimbing  
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 20 Februari 2018

  
**Dr. BASUKI RACHMAT, SE.,MM**

## SKRIPSI

**PENGARUH KESADARAN MEREK, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, KEPUASAN PELANGGAN DAN KUALITAS YANG DIRASA TERHADAP LOYALITAS MEREK FLORIDINA ORANGE DI SURABAYA**

Disusun oleh:

**ARISKY TRI RACHMADHAN**

**NIM: 2013210987**

Dipertahankan di depan Tim Penguji  
dan dinyatakan lulus ujian skripsi  
pada tanggal 27 Februari 2018

Tim Penguji

**Ketua : Dr. Drs. SONI HARSONO, M.Si.**

**Sekretaris : Dr. BASUKI RACHMAT, SE.,MM**

**Anggota : YUDI SUTARSO, S.E.,M.Si.**

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : ARISKY TRI RACHMADHAN  
Tempat, Tanggal Lahir : Gresik, 10 Februari 1995  
N.I.M : 2013210987  
Program Studi : Manajemen  
Program Pendidikan : Sarjana  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul : Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, Kepercayaan Merek, Kepuasan Pelanggan dan Kualitas yang Dirasa terhadap Loyalitas Merek Floridina Orange di Surabaya.

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Studi Sarjana Menejemen,

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 21 Februari 2018

Tanggal : 20 Februari 2018



(Dr. Muazaroh, SE., M.T)



(Dr. BASUKI RACHMAT, SE., MM)

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO

Apabila anda berbuat kebaikan kepada orang lain, maka anda telah berbuat baik terhadap diri sendiri.

### Persembahan

Skripsi ini penulis persembahkan untuk orang-orang yang telah berjasa dalam setiap langkah dan pencapaian yang telah penulis buat, Terima kasih kepada :

- Allah SWT, tiada pertolongan kecuali dari-Nya, semua ilmu pengetahuan dan pencapaian ini adalah atas kehendak-Nya.
- Nabi Muhammad SAW, atas semua teladan. Shalawat sereta salam selalu tertuju pada engkau.
- Ayag, Ibu, Kakak, sumber semangat penulis. Terima kasih atas doa dan dukungan yang tiada henti diberikan.
- Bapak Dr. Basuki Rachmat SE., M.M, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan senantiasa sabar dalam membimbing peneliti dalam proses penyelesaian skripsi ini.
- Bapak Dr. Ronny, S.kom.,M.kom.,MH, selaku dosen wali.
- Bapak/Ibu Dosen Penguji dan pengajar serta seluruh staff STIE Perbanas Surabaya, yang telah memberikan ilmu, pembelajaran, serta inspirasi kepada seluruh anak didik dengan semangat pengabdian. Terima kasih banyak Semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan.

- Teman seperjuangan semasa skripsi Amirul Aziz, Sahara Wahyu, Akmal, Hafizh, Ali Suhartono, Ghozali, Roby. Terima kasih banyak setelah hari-hari penuh perjuangan ini.
- Sahabat suka dan duka selama di kos Abdul Rozak, Lutfi Amri, Satya Rama, Darma Setiawan, Rendy Asror, Lutfi Aminudin.
- Dulur-dulur Pejuang Toga angkatan 2013, konco futsal dan ngopi, Satya Rama, Syaiful Ramadhan, Luhung, Affan, Angga, Kandi, dan semua yang ada di daftar group ini yang tidak bisa peneliti sebutkan satu-satu.
- Dulur-dulur game Mobile Legends yang bergabung di squads Kill The Enemy yang sudah meluangkan waktunya untuk mabar (main bareng), Singorejo, RZK14, Matha17, Absurdx, Balloteli, dan semua yang ada di daftar group ini yang tidak bisa peneliti sebutkan satu-satu.
- Sahabat yang sudah datang untuk memberikan kejutan saat saya telah dinyatakan lulus Strata satu, Satya Rama, Syaiful Ramadhan, Dimas Zhafira, sorry aku lulus disekan. Semangat rek ojok males-malesan.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, Kepercayaan Merek, Kepuasan Pelanggan Dan Kualitas yang Dirasa Terhadap Loyalitas Merek Floridina Orange Di Surabaya”** dengan baik dan tepat pada waktunya. Penelitian ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh pendidikan Strata satu program studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

Selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Lutfi, S.E., M.Fin selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya
2. Ibu Dr, Muazaroh, SE., M.T, selaku ketua program studi S1 Manajemen
3. Bapak Dr. Ronny, S.kom.,M.kom.,MH selaku dosen wali
4. Bapak Dr. Basuki Rachmat, SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah mendukung dan mengarahkan dalam proses penyelesaian penelitian, sehingga selesai tepat waktu

Akhir kata, peneliti mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca.

Surabaya, 19 Februari 2018

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP UJI .....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Landasan Teori .....	17
2.3 Kerangka Pemikiran .....	28
2.4 Hipotesis Penelitian .....	29
BAB III METODE PENELITIAN .....	30
3.1 Rancangan Penelitian .....	30
3.2 Batasan Penelitian .....	30
3.3 Identifikasi Variabel .....	31
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	31
3.5 Instrumen Penelitian.....	35
3.6 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	37
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data .....	38
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	39
3.9 Teknik Analisis .....	40
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DATA DAN ANALISIS DATA .....	47
4.1 Gambaran Subyek Penelitian .....	47
4.2 Analisis Data .....	51
4.3 Pembahasan .....	71



BAB V	PENUTUP .....	79
	5.1 Kesimpulan .....	79
	5.2 Keterbatasan Penelitian .....	80
	5.3 Saran .....	80

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Indeks Top Brand	5
Tabel 2.1	Perbandingan Penelitian Saat ini dengan Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1	Skala Penelitian Pernyataan	33
Tabel 3.2	Interval Kelas Pengukuran Variabel	34
Tabel 3.3	Indikator Kuisisioner	35
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	49
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
Tabel 4.5	Hasil Pengujian Validitas Sampel Kecil	52
Tabel 4.6	Hasil Pengujian Validitas Sampel Besar	53
Tabel 4.7	Hasil Pengujian Reliabilitas Sampel Kecil	54
Tabel 4.8	Hasil Pengujian Reliabilitas Sampel Besar	55
Tabel 4.9	Kategori Mean dari Variabel Bebas dan Terikat	56
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Terhadap Kesadaran Merek	56
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Terhadap Citra Merek	57
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan Merek	57
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan	58
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Terhadap Kualitas yang Dirasa	59
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Merek	59
Tabel 4.16	Hasil Uji Normalitas	61
Tabel 4.17	Hasil Uji Multikolinieritas	62
Tabel 4.18	Hasil Uji Autokorelasi	63
Tabel 4.19	Hasil Uji Durbin Watson	63

Tabel 4.20 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda	65
Tabel 4.21 Hasil Analisis Uji T	67
Tabel 4.22 Hasil Analisis Uji F	69
Tabel 4.23 Koefisien Determinasi	70
Tabel 4.24 Hasil Analisis R <sup>2</sup>	71



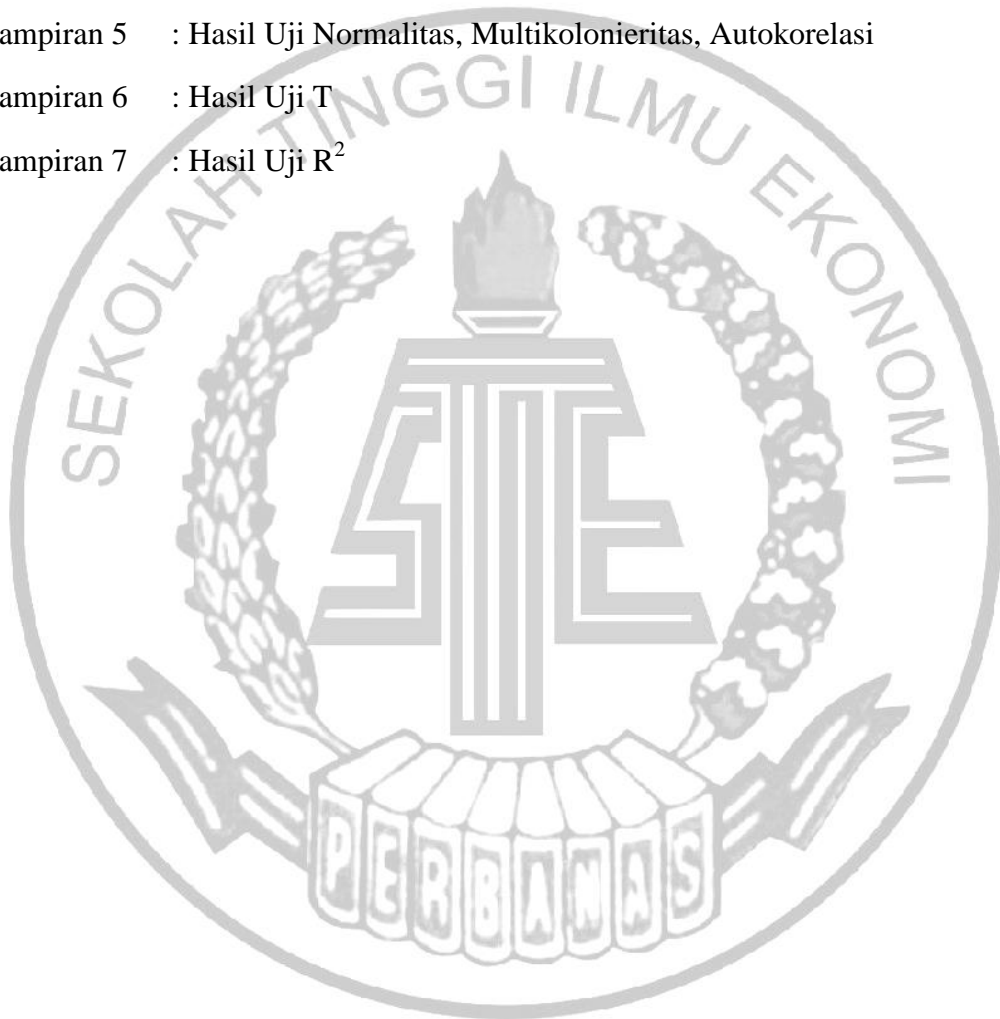
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	11
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran	13
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran	14
Gambar 2.4	Kerangka Pemikiran	27



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Karakteristik Responden Sampel Besar
- Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Kecil dan Besar
- Lampiran 4 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel
- Lampiran 5 : Hasil Uji Normalitas, Multikolonieritas, Autokorelasi
- Lampiran 6 : Hasil Uji T
- Lampiran 7 : Hasil Uji  $R^2$



***EFFECT OF BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, TRUST BRAND,  
CUSTOMER SATISFACTION, PERCEIVED QUALITY TO LOYALTY  
BRAND DRINKS FLORIDINA ORANGE IN SURABAYA***

ARISKY TRI RACHMADHAN

STIE Perbanas Surabaya

Email: [2013210987@students.perbanas.ac.id](mailto:2013210987@students.perbanas.ac.id)

***ABSTRACT***

*This study aimed to test the brand awareness, brand image, brand trust, customer satisfaction, and perceived quality on brand loyalty drinks Floridina Orange in Surabaya. This study using SPSS version 16.00. The population in this study is the drinks Floridina Orange in Surabaya. The data used in this study using a questionnaire. This research method used is quantitative method. To conduct this study, data were collected as many as 90 respondents. The sampling technique used was purposive sampling. Multiple linear regression analysis was used in this study to analyze the data statistically. The results showed that (1) a significant difference between the variables of brand awareness to brand loyalty drinks Floridina Orange in Surabaya, (2) a significant difference between the variables of brand image to brand loyalty drinks Floridina Orange in Surabaya, (3) a significant difference between the variables of brand trust to brand loyalty drinks Floridina Orange in Surabaya, (4) a significant difference between the variables of customer satisfaction to brand loyalty drink Floridina Orange in Surabaya, (5) a significant difference between the variables of perceived quality to brand loyalty drinks Floridina Orange in Surabaya.*

***Key words: Brand Awareness, Brand Image, Brand Trust, Customer Satisfaction, Perceived Quality, Brand Loyalty.***

**PENGARUH KESADARAN MEREK, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN  
MEREK, KEPUASAN PELANGGAN, DAN KUALITAS YANG DIRASA  
TERHADAP LOYALITAS MEREK MINUMAN FLORIDINA ORANGE  
DI SURABAYA**

ARISKY TRI RACHMADHAN

STIE Perbanas Surabaya

Email : [2013210987@students.perbanas.ac.id](mailto:2013210987@students.perbanas.ac.id)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji kesadaran merek, citra merek, kepercayaan merek, kepuasan pelanggan dan kualitas yang dirasa terhadap loyalitas merek minuman Floridina Orange di Surabaya. Penelitian ini menggunakan program SPSS versi 16.00. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen minuman Floridina Orange di Surabaya. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Metode penelitian ini yang digunakan adalah metode kuantitatif. Untuk melakukan penelitian ini, data dikumpulkan sebanyak 90 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Analisis regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis data secara statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kesadaran merek terhadap loyalitas merek minuman Floridina Orange di Surabaya, (2) terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel citra merek terhadap loyalitas merek minuman Floridina Orange di Surabaya, (3) terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kepercayaan merek terhadap loyalitas merek minuman Floridina Orange di Surabaya, (4) terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas merek minuman Floridina Orange di Surabaya, (5) terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas yang dirasa terhadap loyalitas merek minuman Floridina Orange di Surabaya.

**Kata kunci : Kesadaran Merek, Citra Merek, Kepercayaan Merek, Kepuasan Pelanggan, kualitas yang Dirasa, Loyalitas Merek.**