

**PENGARUH KESADARAN MEREK, CITRA MEREK, PERSEPSI  
KUALITAS DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP  
LOYALITAS MEREK AQUA DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Program Studi Manajemen



Oleh :

**ILHAM PRASETYA AFFANDY**  
**NIM : 2015210695**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2019**

**PENGARUH KESADARAN MEREK, CITRA MEREK, PERSEPSI  
KUALITAS DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP  
LOYALITAS MEREK AQUA DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Program Studi Manajemen



Oleh :

**ILHAM PRASETYA AFFANDY**  
NIM : 2015210695

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2019**

**PENGARUH KESADARAN MEREK, CITRA MEREK,  
PERSEPSI KUALITAS DAN KEPERCAYAAN MEREK  
TERHADAP LOYALITAS MEREK  
AQUA DI SURABAYA**

Diajukan Oleh:

**ILHAM PRASETYA AFFANDY**

**NIM : 2015210695**

Skripsi ini telah dibimbing  
Dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 14-11-2019



**Dr. Drs. M.Nadjib Usman, M.M.**

**NIDN : 0017115406**

**SKRIPSI**  
**PENGARUH KESADARAN MEREK, CITRA MEREK,  
PERSEPSI KUALITAS DAN KEPERCAYAAN MEREK  
TERHADAP LOYALITAS MEREK  
AQUA DI SURABAYA**

Disusun oleh :

**ILHAM PRASETYA AFFANDY**

**NIM : 2015210695**

Dipertahankan di depan Tim Penguji

dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi

pada tanggal 27 - Agustus - 2019

Tim Penguji

**Ketua** : **Dr. Dra. Tjahjani Prawitowati, M.M., Psi** .....

**Sekretaris** : **Dr.Drs. M.Nadjib Usman, M.M** .....

**Anggota** : **Dra. Lindiawati, M.M** .....

## PENGESAHANSKRIPSI

N a m a : Ilham Prasetya Affandy  
Tempat, Tanggal Lahir : Raha, 14 Maret 1997  
N.I.M : 2015210695  
Program Studi : S1 Manajemen  
Program Pendidikan : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran  
J u d u l : Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, Persepsi  
Kualitas Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas  
Merek Aqua Di Surabaya

**Disetujui dan diterima baik oleh :**

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 15-11-2019

Tanggal : 14-11-2019



**Burhanudin, SE., Msi., Ph. D.**



**Dr. Drs. M. Nadjib Usman, M.M**

**NIDN : 0017115406**

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

“Jangan tuntutan Tuhan-Mu karena tertundanya keinginanmu, tapi tuntutanlah dirimu karena menunda adabmu kepada Allah”

### **PERSEMBAHAN**

Terimakasih atas doa dan dukungannya selama ini, sehingga dapat menyelesaikan tepat waktu. Banyak pengalaman dan cerita yang saya dapatkan selama menyelesaikan skripsi ini, saya ucapkan banyak terimakasih kepada...

1. Allah Subhanahu wa ta'ala, atas izin berkat dan rahmat-NYA yang senantiasa memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
2. Kedua orang tua saya yang selalu berada disamping saya memberi doa, semangat, dan dukungan disaat saya sudah mulai putus asa dalam menyelesaikan skripsi sehingga mampu untuk bangkit kembali.
3. Dosen pembimbing saya Dr. Drs. M.Nadjib Usman, M.M. yang selalu membimbing dengan penuh kesabaran dan ketelitian selama mengerjakan skripsi sampai saya mampu untuk menyelesaikannya.
4. Dosen wali saya Dr. Dra. Ec. Rr Iramani, M.Si terimakasih untuk ketulusan dan perhatiannya selama saya menjadi mahasiswa STIE Perbanas Surabaya.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat yang dilimpahkannya sehingga peneliti dalam menyelesaikan salah satu syarat penyelesaian tugas mata kuliah jurusan manajemen yaitu skripsi dengan judul **“Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, Persepsi Kualitas dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek AQUA Di Surabaya”** tepat pada waktu yang sudah ditentukan. Penelitian ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian program pendidikan strata satu jurusan manajemen.

Dalam penyusunan penelitian ini, peneliti mendapat hambatan selama proses pengerjaan, akan tetapi datangnya bantuan dan bimbingan dari Dosen Pembimbing, hambatan tersebut sudah teratasi dengan baik, dan pada kesempatan ini peneliti dengan penuh rasa hormat mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Yudi Sutarso, SE., M.Si selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya.
2. Dr. Drs. M.Nadjib Usman, M.M. selaku dosen pembimbing Skripsi yang memberikan arahan, bimbingan, saran dan waktu kepada peneliti selama proses penyusunan Proposal Skripsi.
3. Dr. Dra. Ec. Rr Iramani, M.Si selaku dosen wali.
4. Burhanudin, SE., M.Si., Ph.D selaku Ketua Program Manajemen.
5. Seluruh Dosen STIE Perbanas Surabaya beserta seluruh civitas yang telah memberi banyak pembelajaran yang sangat bermanfaat.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini jauh dari sempurna, oleh sebab itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan dari penelitian ini. Akhir kata peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang bersedia membantu dalam proses pengerjaan penelitian ini dan peneliti berharap bahwa skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, November 2019

Penulis





## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN SIAP DIUJI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori.....	16
2.3 Hubungan antar Variabel.....	22
2.4 Kerangka Pemikiran.....	24
2.5 Hipotesis Penelitian.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Rancangan Penelitian.....	26
3.2 Batasan Penelitian.....	27
3.3 Identifikasi Variabel.....	27
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	28
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	31
3.6 Instrumen Penelitian.....	33
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data.....	35
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	36
3.9 Teknik Analisis Data.....	37
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	43
4.1 Gambaran Subyek Penelitian.....	43
4.2 Analisis Data.....	46
4.3 Pembahasan.....	64

BAB V	PENUTUP.....	71
5.1	Kesimpulan.....	71
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	71
5.3	Saran.....	72

DAFTAR RUJUKAN  
LAMPIRAN



## DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1	: Top Brand Index Kategori AMDK Tahun 2018	1
Tabel 2.1	: Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang	15
Tabel 3.1	: Kriteria Penilaian Indikator	31
Tabel 3.2	: Kisi-Kisi Kuesioner	34
Tabel 4.1	: Kriteria Penilaian Indikator	46
Tabel 4.2	: Statistik Deskriptif	47
Tabel 4.3	: Tanggapan Responden terhadap Variabel Kesadaran Merek	48
Tabel 4.4	: Tanggapan Responden terhadap Variabel Citra Merek	49
Tabel 4.5	: Tanggapan Responden terhadap Variabel Persepsi Kualitas	50
Tabel 4.6	: Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepercayaan Merek	51
Tabel 4.7	: Tanggapan Responden terhadap Variabel Loyalitas Merek	51
Tabel 4.8	: Uji Validitas Sampel Kecil	53
Tabel 4.9	: Uji Validitas Sampel Besar	54
Tabel 4.10	: Uji Reliabilitas Sampel Kecil	55
Tabel 4.11	: Uji Reliabilitas Sampel Besar	56
Tabel 4.12	: Regresi Linear Berganda	57
Tabel 4.13	: Uji Normalitas	60
Tabel 4.14	: Uji Multikolinearitas	61
Tabel 4.15	: Uji Autokorelasi	61
Tabel 4.16	: Uji T	62
Tabel 4.17	: Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi	63

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Kerangka Penelitian Zhang Jing, Chatchai Pitsaphol dan Rizwan Shabbir (2014)	11
Gambar 2.2 : Kerangka Penelitian Abdullah Alhaddad (2015)	13
Gambar 2.3 : Kerangka Penelitian Zohaib Ahmed, Muhammad Rizwan, Mukhtar Ahmad dan Misbahul Haq (2014)	14
Gambar 2.4 : Kerangka Pemikiran Ilham P. Affandy (2019)	24
Gambar 4.1 : Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Gambar 4.2 : Identitas Responden Berdasarkan Umur	44
Gambar 4.3 : Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	45



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Data Responden
- Lampiran 3 : Data Variabel Sampel Kecil dan Sampel Besar
- Lampiran 4 : Deskriptif Responden
- Lampiran 5 : Statistik Responden
- Lampiran 6 : Uji Validitas Sampel Kecil dan Sampel Besar
- Lampiran 7 : Uji Reliabilitas Sampel Kecil dan Sampel Besar
- Lampiran 8 : Hasil Regresi Linear Berganda
- Lampiran 9 : Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 10 : Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 11 : Hasil Koefisien Korelasi dan Determinasi



**THE EFFECT OF BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE,  
PERCEIVED QUALITY AND BRAND TRUST ON  
BRAND LOYALTY AQUA IN SURABAYA**

Ilham Prasetya Affandy  
STIE Perbanas Surabaya  
Email: [2015210695@students.perbanas.ac.id](mailto:2015210695@students.perbanas.ac.id)

**ABSTRACT**

*The development of the business world today is increasingly competitive. This has led to increased competition between producers. Many companies are issuing new brands of bottled water. Some producers also make new innovations, for example drinking water with oxygen and so on. One brand of bottled water that is already embedded in the society is AQUA. This study aims to determine whether there is influence between brand awareness, brand image, perceived quality and brand trust on AQUA brand loyalty in Surabaya. In this study using the Nonprobability Sampling method. This study used a questionnaire of 30 small samples and 82 large samples. The statistical tool used is SPSS 23. The results of this study indicate that brand awareness, brand image, perceived quality and brand trust have a significant positive effect on brand loyalty.*

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

**PENGARUH KESADARAN MEREK, CITRA MEREK, PERSEPSI  
KUALITAS DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP  
LOYALITAS MEREK AQUA DI SURABAYA**

Ilham Prasetya Affandy  
STIE Perbanas Surabaya  
Email: [2015210695@students.perbanas.ac.id](mailto:2015210695@students.perbanas.ac.id)

**ABSTRAK**

Perkembangan dunia bisnis pada jaman sekarang ini semakin kompetitif. Hal ini menyebabkan adanya persaingan yang semakin meningkat antara para produsen. Perusahaan pada jaman sekarang dituntut dalam hal menciptakan dan mempertahankan konsumen yang loyal. Banyak perusahaan yang mengeluarkan merek baru AMDK. Beberapa produsen juga membuat inovasi baru, misalnya air minum dengan oksigen dan lain sebagainya. Salah satu merek AMDK yang sudah melekat di masyarakat adalah Aqua. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada Pengaruh antara Kesadaran Merek, Citra Merek, Persepsi Kualitas Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek AQUA di Surabaya. Dalam penelitian ini menggunakan metode *Nonprobability Sampling*. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebanyak 30 sampel kecil dan 82 sampel besar. Alat statistik yang digunakan yaitu SPSS 23. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kesadaran Merek, Citra Merek, Persepsi Kualitas Dan Kepercayaan Merek Berpengaruh Signifikan Positif Terhadap Loyalitas Merek.

**Kata Kunci:** Kesadaran Merek, Citra Merek, Persepsi Kualitas, Kepercayaan Merek, Loyalitas Merek.