

**PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE),  
KEPERCAYAAN MEREK (BRAND TRUST),  
LOYALITAS MEREK (BRAND LOYALTY)  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
SNACK AND CATERING**

**(Studi Kasus Pada Snack and Catering Idola Di Mlonggo Jepara)**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)  
Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Disusun Oleh:

**ERNI RAHMAWATI**  
**131110000914**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS ISLAM NAHDLATUL ULAMA  
JEPARA  
2016**

## HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE), KEPERCAYAAN MEREK (BRAND TRUST), LOYALITAS MEREK (BRAND LOYALTY) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SNACK AND CATERING  
(Studi Kasus Pada Snack and Catering Idola Di Mlonggo Jepara)**

Skripsi ini telah disetujui pembimbing dan siap untuk dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Nama : Erni Rahmawati

NIM : 131110000914

Program Studi : Manajemen

Disetujui Oleh Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

ANNA WIDIASTUTI, S.E., M.Si  
NIY.002 098005

HADI ISMANTO, S.E., M.M  
NIY.1 801229 11 075

Tgl .....

Tgl .....

## HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE), KEPERCAYAAN  
MEREK (BRAND TRUST), LOYALITAS MEREK (BRAND LOYALTY)  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SNACK AND  
CATERING  
(Studi Kasus Pada Snack and Catering Idola Di Mlonggo Jepara)**

Nama Penyusun : Erni Rahmawati  
NIM : 131110000914  
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan penguji  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.  
Pada hari Jumat tanggal 30 September 2016

Penguji I

Penguji II

Much. Imron, S.E., M.M  
NIY. 1 650802 97 011

Hj. Nurul Komariyatin, S.E., M. Si  
NIY. 1 701015 97 013

Mengesahkan

Ketua  
Program Studi Manajemen

AKHMAD KHOIRUL ANAM, S.E., M.Si.  
NIY.1 800421 06 041

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dari program S-1 jurusan Manajemen seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan sebagai pemenuhan persyaratan untuk memperoleh gelar Staral (S-1) dari Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara maupun dari perguruan tinggi lain.

Adapun bagian bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang saya kutip dari karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Dengan ini menyatakan sebagai berikut :

1. Skripsi berjudul : Pengaruh Citra Merek (*Brang Image*), Kepercayaan Merek (*Brand Trust*), Loyalitas Merek (*Brand Loyalty*) terhadap Keputusan Pembelian pada Snack and Catering (Studi kasus pada Snack and Catering Idola di Mlonggo Jepara).
2. Saya juga mengakui bahwa hasil skripsi ini, dapat diselesaikan berkat bimbingan dan dukungan penuh dari pembimbing saya yaitu:
  - a. Anna Widiastuti, SE, M.Si.
  - b. Hadi Ismanto, SE, M.M.

Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima PENCABUTAN GELAR AKADEMIK yang saya sandang dan sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Jepara.....

Erni Rahmawati  
131110000914

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

**“keberhasilan bukanlah milik orang yang pintar. Keberhasilan adalah kepunyaan mereka yang senantiasa berusaha”**

**(Bj. Habibie)**

**“Kebahagiaan bukan karena memiliki hal-hal terbaik, tetapi menjadikan yang terbaik dari setiap hal yang hadir dalam hidup” (Ern’s)**

**Skripsiku ini ku persembahkan untuk :**

*Ayah dan Ibuku Tercinta*

*Kakak-kakaku dan keponakan tersayang*

*Seseorang yang selalu memotivasi dan mendoakanku dalam doanya*

*Sahabat-sahabatku yang selalu ada dan senantiasa mendukung*

## ABSTRAKSI

Banyaknya persaingan-persaingan perusahaan rumahan yang sekarang ini para pemilik perusahaan harus pandai dan cermat dalam memilih suatu produk yang dihasilkan, salah satu diantaranya adalah industri UMKM snack and catering Idola di Mlonggo Kabupaten Jepara. Bisnis rumahan yang bergerak dalam bidang snack and catering ini termasuk dalam perusahaan rumahan yang sukses dalam perkembangannya, perusahaan berdiri pada tahun 2009, perusahaan rumahan ini mampu bertahan ditengah maraknya persaingan pada bidang makanan dengan para pesaing yang ketat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek (*brand image*), kepercayaan merek (*brand trust*), loyalitas merek (*brand loyalty*) terhadap keputusan pembelian snack and catering idola. Penelitian ini dilakukan dengan metode survey melalui kuesioner kepada 96 responden, yaitu konsumen yang mengambil keputusan pembelian. Teknik yang diambil dalam penelitian ini yaitu teknik accidental sampling. Teknik analisis dat yang digunakan dalaam penelitian ini terdiri dari uji validitas uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F, serta analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ). Data-data yang telah memenuhi uji validitas, uji, reliabilitas, dan uji asumsi klasik tersebut diolah sehingga menghasilkan persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = 0,503X_1 + 0,158X_2 + 0,212X_3 + e$$

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa semua variabel bebas citra merek (*brand image*), kepercayaan merek (*brand trust*), loyalitas merek (*brand loyalty*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat keputusan pembelian, baik secara persial maupun secara simultan. Besarnya angka Adjusted R Square 0,521 menunjukkan sebesar 52,1% variasi terhadap keputusan pembelian dijelaskan oleh ketiga variabel bebas tersebut. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 47,9% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diterangkan dalam penelitian ini. Variabel yang paling dominan terhadap keputusan pembelian adalah variabel citra merek (*brand image*).

Kata kunci : citra merek (*brand image*), kepercayaan merek (*brand trust*), loyalitas merek (*brand loyalty*) dan keputusan pembelian.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek (*Brang Image*), Kepercayaan Merek (*Brand Trust*), Loyalitas Merek (*Brand Loyalty*) terhadap Keputusan Pembelian pada Snack and Catering (Studi kasus pada Snack and Catering Idola di Mlonggo Jepara)” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islmlam Nahdlatul Ulama’ Jepara.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, dan motivasi serta saran dalam penyampaian skripsi ini. Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Sa’dullah Assaidi, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Nahdlatul Ulama’ Jepara.
2. Bapak Much Imrom, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama’ Jepara.
3. Bapak Akhmad Khorul Anam, S.E,M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul ulam’ Jepara.
4. Ibu Anna Widiastuti, S.E, M.Si., selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga dan perhatian dalam memberikan pengarahan pengarahan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.

5. Bapak Hadi Ismanto, S.E., M.M., selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga dan perhatian dalam memberikan pengarahan-pengarahan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
6. Segenap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama' Jepara yang telah memberikan kesempatan, bimbingan serta fasilitas yang diperlukan hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
7. Pemilik Snack and Catering Idola yang telah memberikan ijin penelitian di
8. Orang tua dan keluargaku yang telah memberikan dukungannya secara moril dan materiil hingga terselesaikannya skripsi ini.
9. Kekasihku Ibrahim Sidik yang tiada henti-hentinya memberiku semangat dan selalu menemaniku dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Para responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner.
11. Sahabat-sahabatku Nisa, Mala, Aprilia, Anis, Nafik, Rizka, Umi yang senantiasa memberikan dukungan serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan doa dan motivasi sehingga dapat menyelesaikannya skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini masih banyaak kekurangan dan kesalahan, karena ini segala kritik dan saran yang membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis dan paara pembaca.

Jepara, 27 September 2016

Erni Rahmawati



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRPSI</b> .....	iv
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>ABSTRAKSI</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Ruang Lingkup Penelitian.....	6
1.3. Rumusan Masalah .....	6
1.4. Tujuan Penelitian .....	7
1.5. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	8
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	8
2.1.2. Pengertian Citra Merek.....	9
2.1.3. Pengertian Kepercayaan Merek .....	12
2.1.4. Pengertian Loyalitas Merek .....	13
2.1.5. Pengertian Keputusan Pembelian.....	15
2.2. Hasil Penelitian terdahulu .....	18
2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis .....	20
2.4. Perumusan Hipotesis.....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	23
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	23
3.1.1. Variabel Penelitian.....	23
3.1.2. Definisi Operasional .....	23
3.2. Jenis dan Sumber Data.....	26

3.3. Populasi, jumlah sampel, dan teknik pengambilan sampel.....	27
3.3.1. Populasi.....	27
3.3.2. Sampel.....	27
3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel .....	28
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	28
3.4.1. Kuesioner .....	28
3.4.2. Wawancara.....	29
3.5. Metode Pengolahan Data .....	29
3.5.1. <i>Coding / scoring</i> .....	29
3.5.2. <i>Editing</i> .....	30
3.5.3. <i>Tabuling</i> .....	30
3.6. Metode Analisi Data .....	30
3.6.1. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	30
3.6.2. Uji Asumsi Klasik.....	32
3.6.3. Analisis Regresi Berganda.....	34
3.6.4. Pengujian Hipotesis.....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>38</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	38
4.1.1. Sejarah Umum Snack and Catering Idola .....	38
4.2. Deskripsi responden.....	39
4.2.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
4.2.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	40
4.2.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	40
4.2.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	41
4.3. Deskripsi Variabel .....	42
4.3.1. Deskripsi Variabel Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ).....	43
4.3.2. Deskripsi Variabel Kepercayaan Merek .....	44
4.3.3. Deskripsi Variabel Loyalitas Merek .....	46
4.3.4. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	49
4.4 Analisis Data .....	52
4.4.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	52
4.4.3. Uji Asumsi Klasik.....	59
4.4.3. Analisis Regresi Berganda .....	62

4.4.4. Pengujian Hipotesis.....	64
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>73</b>
5.1. KESIMPULAN.....	73
5.2 SARAN .....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>77</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Data Penjualan Snack and Catering di Mlonggo Tahun 2015.....	5
Tabel 2.3 Hasil Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 5.4 Jumlah Responden Berdasarkan Umur.....	40
Tabel 4.6 Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	41
Tabel 4.7 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.8 Hasil Output Indikator Merek.....	43
Tabel 4.9 Hasil Output indikator Kemasan.....	44
Tabel 4.10 Hasil Output Indikator Kualitas.....	44
Tabel 4.11 Hasil Output Indikator Pemenuhan janji Konsumen.....	45
Tabel 4.12 Hasil Output Indikator Betindak dengan Integritas.....	45
Tabel 4.13 Hasil Output Indikator terhadap Kepedulian.....	46
Tabel 4.14 Hasil Output Indikator Perilaku Tindakan.....	47
Tabel 4.15 Hasil Output Indikator Pengukuran pada Biaya Pengganti.....	47
Tabel 4.16 Hasil Outpu Indikator Pengukuran pada Kepuasan.....	48
Tabel 4.17 Hasil Output Indikator Pengukuran pada Kesukaan terhadap suatu Merek.....	48
Tabel 4.18 Hasil Output Indikator Pengukuran terhadap Komitmen.....	49
Tabel 4.19 Hasil Output Indikator Pertimbangan Produk Tersebut.....	50
Tabel 4.20 Hasil Output Indikator Seringnya Membeli Produk tersebut.....	50
Tabel 4.21 Hasil Output Indiktor Keyakinan pada Produk tersebut.....	51
Tabel 4.22 Hasil Output Indikator Mau Merekomendasikan kepada Orang Lain.....	51
Tabel 4.23 Hasil Output Indikator Validitas Citra Merek.....	53
Tabel 4.24 Hasil Output Validitas Kepercayaan Merek.....	54
Tabel 4.25 Hasil Output Indikator Validitas Loyalitas Merek.....	55
Tabel 4.26 Hasil Output Validitas Keputusan Pembelian.....	56
Tabel 4.27 Hasil Output Reliabilitas Citra Merek.....	57
Tabel 4.28 Hasil Output Reliabilitas Kepercayaan Merek.....	58
Tabel 4.29 Hasil Output Reliabilitas Loyalitas Merek.....	58
Tabel 4.30 Hasil output Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	59
Tabel 4.31 Hasil Output Uji Multikolinieritas.....	61
Tabel 4.32 Hasil Output Persamaan Regresi.....	63
Tabel 4.33 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	65
Tabel 4.34 Hasil Uji Statistik t.....	67
Tabel 4.35 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	72

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	20
Gambar 2.2 Uji t (parsial) .....	36
Gambar 3.3 Uji F .....	37
Gambar 4.4 Hasil uji Normalitas .....	60
Gambar 4.5 Hasil Uji Heteroskidastisitas .....	62
Gambar 4.6 Uji F .....	66
Gambar 4.7 Uji t Citra Merek (Brand Image).....	69
Gambar 4.8 Uji t Kpercayaan Merek (Brand Trust) .....	70
Gambar 4.9 Uji t Loyalitas Merek .....	71

## DAFTAR LAMPIRAN

1. KUESIONER PENELITIAN
2. JAWABAN RESPONDEN
3. DESKRIPSI RESPONDEN
4. FREKUENSI VARIABEL
5. HASIL UJI VALIDITAS
6. HASIL UJI RELIABILITAS
7. HASIL UJI ASUMSI KLASIK
8. TABEL F
9. TABEL r
10. TABEL t