



**LOYALITAS MEREK KOPI NESCAFE
(STUDI PADA RW 012 MEKARSARI)**

SKRIPSI

ARINI ARDIYANTI UTAMI 1510111047

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
2019**



**LOYALITAS MEREK KOPI NESCAFE
(STUDI PADA RW 012 MEKARSARI)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

ARINI ARDIYANTI UTAMI 1510111047

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
2019**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Arini Ardiyanti Utami

NIM : 1510111047

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 08 Januari 2019

Yang menyatakan,



(Arini Ardiyanti Utami)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Arini Ardiyanti Utami
NIM. : 1510111047
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen S1
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*NonExclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

“Loyalitas Merek Kopi Nescafe (Studi Pada RW 012 Mekarsari)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 08 Januari 2019

Yang menyatakan,



(Arini Ardiyanti Utami)

SKRIPSI

**LOYALITAS MEREK KOPI NESCAFE
(STUDI PADA RW 012 MEKARSARI)**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

ARINI ARDIYANTI UTAMI 1510111047

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji tanggal : 08 Januari 2019
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



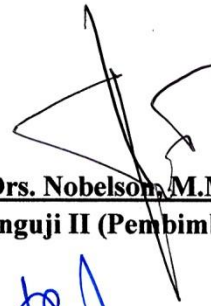
Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP
Ketua Penguji



Rosali, S.E., M.M.
Penguji I



Dr. Jubedah S.E., M.M.
Ketua Jurusan Manajemen
dan BISNIS



Drs. Nobelson, M.M.
Penguji II (Pembimbing)



Wahyudi S.E., M.M.
Ketua Program Studi Manajemen
Program Sarjana

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 08 Januari 2019

***Brand Loyalty of Nescafe Coffee
(Study On RW 012 Mekarsari)***

By Arini Ardiyanti Utami

Abstract

This research is a quantitative research that aims to determine the influence of brand image, brand trust, and customer satisfaction on brand loyalty. A population in this research is RW 012 Mekarsari Cimanggis Depok. The sample size was taken as many as 75 respondents, with purposive sampling. The analysis technique used is Partial Least Square and level of significance 5% (0,05). The results of this study indicate that, (1) Brand image has a significant influence on brand loyalty, (2) Brand trust has significant influence on brand loyalty, (3) Customer satisfaction has a significant influence to brand loyalty.

Keywords: Brand Image, Brand Trust, Customer Satisfaction, Brand Loyalty

Loyalitas Merek Kopi Nescafe (Studi Pada RW 012 Mekarsari)

Oleh Arini Ardiyanti Utami

Abstrak

Penelitian kuantitatif ini yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kepercayaan merek, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas merek pada produk Nescafe. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah Warga RW 012 Mekarsari Cimanggis Depok. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 75 responden. Teknik penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik analisa yang digunakan adalah *Partial Least Square* dan tingkat signifikansi 5% (0,05). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, (1) Citra merek berpengaruh terhadap loyalitas merek, (2) Kepercayaan Merek berpengaruh terhadap loyalitas merek, (3) Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas merek.

Kata Kunci: Citra Merek, Kepercayaan Merek, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Merek.



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GASAL TA. 2018/2019

Hari ini Selasa, tanggal 08 Januari 2019, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : ARINI ARDIYANTI UTAMI

No.Pokok Mahasiswa : 1510111047

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Loyalitas Merek Kopi Nescafe (Studi Pada RW 012 Mekarsari)
Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus **

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Prasetyo Hadi, S.E.,M.M.,CFMP	Ketua	1.
2	Rosali, SE, MM	Anggota I	2.
3	Drs. Nobelson, MM	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat karunia-Nya hingga karya ilmiah ini telah diselesaikan. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Agustus sampai dengan Desember 2018 dengan judul **“Loyalitas Merek Kopi Nescafe (Studi Pada RW 012 Mekarsari) ”**. Maka penulis menyampaikan terimakasih kepada Bapak Dr. Prasetyo Hadi, S.E.,M.M,CFMP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, dan Bapak Wahyudi, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Kemudian penulis menyampaikan terimakasih kepada Bapak Drs. Nobelson, M.M. dan Ibu Dra. Bernadin Dwi M, M.M. selaku dosen pembimbing.

Di samping itu, ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Bapak Ariyanto dan Ibu Dede Sumiati selaku kedua orangtua, serta seluruh keluarga yang memberikan doa dalam menyelesaikan tugas akhir ini.. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Pratama Lutfi Sofianto yang telah memberikan dukungan dan semangat. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Grupnya Tante selaku teman-teman seperjuangan, yaitu Dera, Elvira, Defi, Iffa, Rena, Wafa, Denisa, Fauzan, dan Boli, Luhung Bagas, Kelaya Camaka, serta seluruh teman-teman Perskripsian Pemasaraan 15, dan S1 Manajemen 2015 yang penulis tidak dapat sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat penulis. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat.

Jakarta, 08 Januari 2019

Arini Ardiyanti Utami

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Hasil Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Tinjauan Pustaka	7
2.1.1. Pemasaran.....	7
2.1.2. Perilaku Konsumen	7
2.1.3. Merek	8
2.1.4. Loyalitas Merek.....	8
2.1.4.1. Konsep Loyalitas Merek	8
2.1.4.2. Fungsi Loyalitas Merek.....	9
2.1.4.3. Dimensi Loyalitas Merek	9
2.1.5. Citra Merek	10
2.1.5.1. Pengertian Citra Merek	10
2.1.5.2. Manfaat Citra Merek yang Kuat.....	10
2.1.6. Kepercayaan Merek.....	10
2.1.7. Kepuasan Pelanggan	11
2.1.7.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	11
2.1.7.2. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	11
2.2. Kerangka Pemikiran.....	12
2.3. Pengembangan Hipotesis	13
2.3.1. Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Merek	13
2.3.2. Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek.....	13
2.3.3. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Merek.....	13

BAB III	METODE PENELITIAN	15
3.1.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	15
3.1.1.	Definisi Operasional.....	15
3.1.2.	Pengukuran Variabel	16
3.2.	Populasi dan Sampel	16
3.2.1.	Populasi	16
3.2.2.	Sampel.....	16
3.3.	Teknik Pengumpulan Data	17
3.3.1.	Jenis Data	17
3.3.2.	Sumber Data.....	18
3.3.3.	Pengumpulan Data	18
3.4.	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	19
3.4.1.	Teknik Analisis Data.....	19
3.4.1.1.	Teknik Analisa Deskriptif	19
3.4.1.2.	<i>Partial Least Square (PLS)</i>	21
3.4.1.3.	Cara Kerja PLS.....	21
3.4.1.4.	Tahapan PLS	21
3.4.4.	Uji Hipotesis.....	23
3.4.4.1.	Uji t (Uji Koefisien Regresi Parsial)	24
3.4.4.2.	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	24
3.5.	Kerangka Model Penelitian	24
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	26
4.1.	Hasil Penelitian	26
4.1.1.	Deskripsi Objek Penelitian.....	26
4.1.1.1	Sejarah PT. Nestlé.....	26
4.1.1.2.	Profil Produk Nescafe	27
4.2.	Deskripsi Data	28
4.2.1.	Deskripsi Data Responden	28
4.2.2.	Deskripsi Data Penelitian.....	29
4.3.	Analisis Data dan Uji Hipotesis	33
4.3.1.	Uji Validitas	33
4.3.1.1	Uji Validitas Konvergen.....	36
4.3.1.2	Uji Validitas Diskriminan	38
4.3.2.	Uji Reliabilitas.....	38
4.3.3.	R Square	39
4.3.4.	Q-Square.....	40
4.3.5.	Uji Hipotesis.....	41
4.4.	Pembahasan.....	43
4.4.1.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek.....	43
4.4.2.	Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek	43
4.4.3.	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Merek.....	44

BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	45
5.1.	Simpulan.....	45
5.2.	Keterbatasan Penelitian	45
5.3.	Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA		47
RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	TOP Brand Index Kopi dalam Kemasan Siap Minum tahun 2016 s/d 2018	2
Tabel 2.	Persentase Kopi Nescafe	2
Tabel 3.	Pengukuran Variabel	16
Tabel 4.	Skala <i>Likert</i>	19
Tabel 5.	Kisi-Kisi Instrumen	19
Tabel 6.	Karakteristik Responden Menurut Usia	28
Tabel 7.	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	29
Tabel 8.	Interpretasi Nilai Indeks	29
Tabel 9.	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek.....	30
Tabel 10.	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan Merek.....	30
Tabel 11.	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan.....	31
Tabel 12.	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Merek.....	32
Tabel 13.	<i>Outer Loading Factor</i> Hasil <i>Output</i> PLS	37
Tabel 14.	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	38
Tabel 15.	Uji Reliabilitas.....	39
Tabel 16.	Nilai <i>R Square</i>	40
Tabel 17.	Hasil Uji Hipotesis	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Diagram Survei Kopi Nescafe.....	3
Gambar 2. Kerangka Pemikiran.....	12
Gambar 3. Tahapan PLS	21
Gambar 4. Kerangka Model Penelitian.....	25
Gambar 5. Logo Perusahaan Nestle.....	26
Gambar 6. Nilai Loading Faktor <i>Outer Model</i>	34
Gambar 7. Nilai Loading Faktor <i>Outer Model</i> Setelah Reestimasi	36
Gambar 8. <i>Inner Model</i>	42

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Data Kuesioner 75 Responden
- Lampiran 3. Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 4. Hasil Deskripsi Data Penelitian
- Lampiran 5. Hasil *Output* SmartPLS 0.3
- Lampiran 6. T Tabel dan R Tabel
- Lampiran 7. Surat Riset Fakultas
- Lampiran 8. Surat Riset RW 012 Mekarsari Cimanggis Depok