

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK DAN  
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS MEREK  
(Studi Kasus Pada Atlet Ponorogo Pengguna Sepatu Asics)**



Nama : Risa Nanda Ferdiani

NIM : 19414969

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2024**

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK DAN  
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS MEREK  
(Studi Kasus Pada Atlet Ponorogo Pengguna Sepatu Asics)**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat - syarat guna  
memperoleh Gelar Sarjana Progam Strata Satu (S-1)  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Risa Nanda Ferdiani

NIM : 19414969

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2024**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek Dan Kepuasan  
Konsumen Terhadap Loyalitas Merek (Studi Kasus Pada Atlet  
Ponorogo Pengguna Sepatu Asics)  
Nama : Risa Nanda Ferdiani  
NIM : 19414969  
Program Studi : Manajemen-S1

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk  
diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 19 Februari 2024

Pembimbing I

  
Dr. Heri Wijayanto, S.T., MM., M.Kom  
NIDN. 0025057401

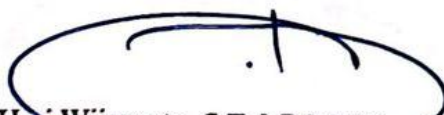
Pembimbing II

  
Nani Kristiyana, SE., MM  
NIDN. 0721117501

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi

  
Dr. Hadi Sumarsono, S.E., M.Si.  
NIP. 19760508 200501 1002

Dosen Penguji :

  
Dr. Heri Wijayanto, S.T., MM., M.Kom  
NIDN. 0025057401

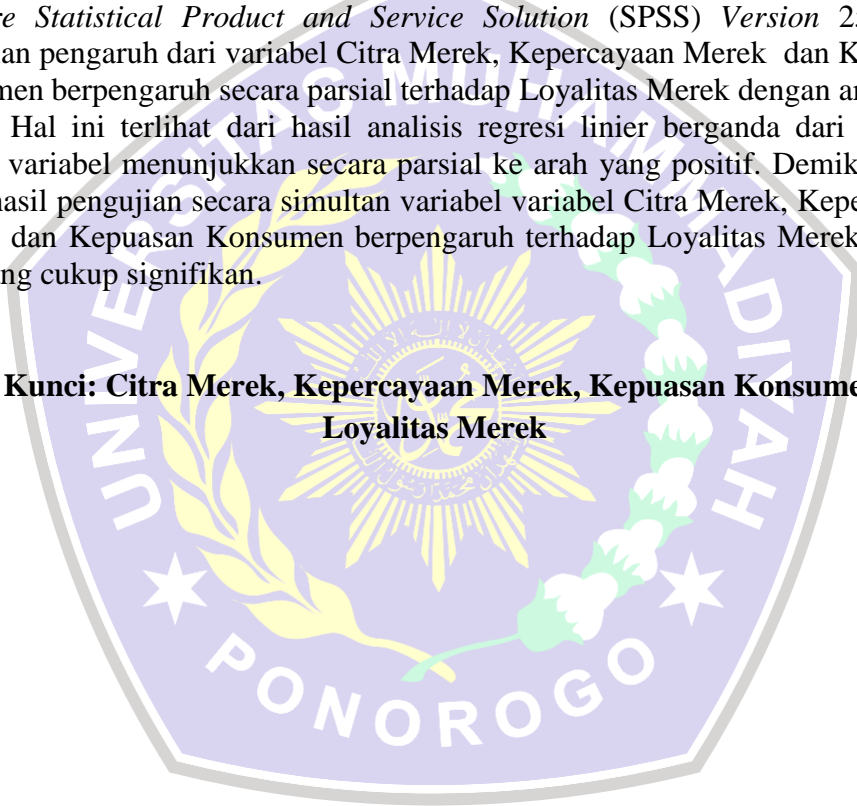
  
Wahna Widhianingrum, SP., MM  
NIDN. 0707118602

  
Titis Purwaningrum, S.E., M.MA  
NIDN. 0704047001

## RINGKASAN

Penelitian ini berjudul Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek (Studi Kasus Pada Atlet Ponorogo Pengguna Sepatu Asics). Populasi dalam penelitian ini adalah atlet di Kabupaten Ponorogo pengguna sepatu merek “Asics”. Pemilihan sampel berdasarkan teknik pengambilan *Random Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara mengambil data dari populasi atlet yang membeli dan menggunakan produk sepatu merek Asics serta melakukan pembelian kembali sehingga bisa dikatakan loyal. Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh atlet di Kabupaten Ponorogo pengguna sepatu merek “Asics”. Metodologi penelitian yang di gunakan yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda, dengan bantuan *software Statistical Product and Service Solution (SPSS) Version 25*. Hasil pengujian pengaruh dari variabel Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kepuasan Konsumen berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Merek dengan arah yang positif. Hal ini terlihat dari hasil analisis regresi linier berganda dari masing-masing variabel menunjukkan secara parsial ke arah yang positif. Demikian juga untuk hasil pengujian secara simultan variabel variabel Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap Loyalitas Merek dengan nilai yang cukup signifikan.

**Kata Kunci: Citra Merek, Kepercayaan Merek, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Merek**



## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

*Alhamdulillah* *alhamdulillah* *alhamdulillah*, puji syukur senantiasa peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah dan karunia-Nya, sehingga skripsi yang berjudul **“PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS MEREK (Studi Kasus Pada Atlet Ponorogo Pengguna Sepatu Asics)”** dapat terselesaikan dengan lancar dan tepat waktu. Shalawat beserta salam senantiasa tercurahkan pada junjungan kita Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan bagi seluruh umat dan kita nantikan syafaat-Nya di yaumul qiyamah.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan, dukungan dan kerjasama dari semua pihak. Untuk itu pada kesempatan ini dengan rasa hormat dan ketulusan hati peneliti menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Happy Susanto, M.A. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menempuh studi di Universitas Muhammadiyah Ponorogo khususnya untuk Program Studi Manajemen S-1 Fakultas Ekonomi.
2. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan dukungan

serta bimbingan kepada peneliti selama menempuh studi di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

3. Ibu Naning Kristyana, SE.MM selaku Kepala Program Studi S1 Manajemen yang telah memberikan arahan, dukungan, nasehat dan juga *support* kepada peneliti dan teman-teman seangkatan 2019 agar menyelesaikan skripsi dengan baik.
4. Bapak Dr. Heri Wijayanto, S.T.,MM.,M.Kom selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Naning Kristyana, SE.MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah senantiasa bersabar dalam membimbing peneliti dan memberikan arahan serta semangat untuk menyelesaikan skripsi dengan baik.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi, semoga ilmu yang telah diberikan selama masa perkuliahan dapat bermanfaat bagi agama, bangsa dan negara. Segenap karyawan dan Pegawai Tata Usaha program Studi Manajemen, terimakasih atas semua pelayanannya selama ini.
6. Ibu tercinta yang selalu memberikan semangat, dukungan, nasehat, beserta doa yang tiada pernah henti-hentinya dipanjatkan untuk peneliti. Dan untuk ayah tersayang, kasih sayangmu masih terasa hangat memupuk semangat dalam berjuang.
7. Kakak dan Adikku yang selalu memberikan *support*. Selalu bisa diandalkan dalam segala situasi, selama perkuliahan sampai saat penyelesaian skripsi. Dan semua keluarga yang selalu memberikan dukungan semangat disetiap waktu.

8. Kepada teman-teman perkuliahan PROSUS yang selalu menjadi penyemangat tersendiri, semangat kalian menjadikan alasan untuk selalu datang di jam perkuliahan dalam berbagai cuaca malam.
9. Kepada seluruh atlet di Kabupaten Ponorogo, terimakasih telah memberikan kesempatan membolehkan untuk melakukan penelitian sampai dengan selesai dan selalu memberikan pengertian ketika peneliti meminta izin untuk penelitian skripsi. Selalu mendukung dan memberikan semangat untuk terus menyelesaikan skripsi ini.
10. Dan kepada seluruh pihak yang telah mendukung peneliti dalam menyelesaikan skripsi yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh untuk dikatakan sempurna. Oleh karena itu, peneliti mengharap segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini,

*Wassalamu'alaikum wr. wb.*

Ponorogo, 19 Februari 2024  
Peneliti,

Risa Nanda Ferdiani

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO :

**Innamaa amruhuu izaaha araada syai'an al yaquula lahuu kun fa-yakuun**

*“Sesungguhnya ketetapan-Nya, jika Dia menghendaki sesuatu, Dia hanya berkata kepadanya, “Jadilah!” Maka, jadilah (sesuatu) itu.”*

(QS. Yasin : 82)

“Orang lain ga akan paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun gak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini, tetap berjuang ya!”

*“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”*

(QS. Al-Insyirah : 5-6)

### PERSEMBAHAN :

“Tiada lembar yang paling inti dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan, laporan skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kepada Ibu, pasangan, sahabat, serta teman-teman yang memberi support untuk menyelesaikan skripsi ini. Terlambat lulus atau lulus tidak tepat waktu bukanlah sebuah kejahatan, bukan pula sebuah aib. Alangkah kerdilnya jika mengukur kecerdasan seseorang hanya dari siapa yang paling cepat lulus. Bukankah sebaik-baiknya skripsi adalah skripsi yang selesai? Karena mungkin ada suatu hal dibalik itu semua, dan percayalah alasan saya disini merupakan alasan yang sepenuhnya baik.



**PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR  
KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 19 Februari 2024



Risa Nanda Ferdiani  
NIM : 19414969

## DAFTAR ISI

COVER.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
RINGKASAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1    Latar Belakang.....	1
1.2    Perumusan Masalah.....	7
1.3    Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	8
1.3.1    Tujuan Penelitian.....	8
1.3.2    Manfaat Penelitian.....	8
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1    Landasan Teori.....	10
2.1.1    Manajemen.....	10

2.1.1.1	Pengertian Manajemen .....	10
2.1.1.2	Pengertian Manajemen Pemasaran .....	11
2.1.1.3	Bauran Pemasaran.....	12
2.1.1.4	Perilaku Konsumen.....	14
2.1.2	Loyalitas Merek .....	21
2.1.2.1	Pengertian Loyalitas Merek .....	21
2.1.2.2	Aspek-Aspek Loyalitas Merek .....	22
2.1.2.3	Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Merek.....	24
2.1.2.4	Pola Loyalitas Merek .....	25
2.1.3	Citra Merek .....	25
2.1.3.1	Pengertian Citra Merek .....	25
2.1.3.2	Komponen Citra Merek .....	26
2.1.3.3	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek.....	28
2.1.3.4	Dimensi Citra Merek .....	29
2.1.4	Kepercayaan Merek .....	30
2.1.4.1	Pengertian Kepercayaan Merek .....	30
2.1.4.2	Konsep Kepercayaan Merek.....	31
2.1.4.3	Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Merek.....	33
2.1.5	Kepuasan Konsumen .....	36
2.1.5.1	Pengertian Kepuasan Konsumen .....	36
2.1.5.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen .....	37

2.1.5.3	Elemen Kepuasan Konsumen .....	38
2.1.5.4	Strategi Kepuasan Konsumen .....	40
2.1.5.5	Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen .....	45
2.2	Penelitian Terdahulu .....	47
2.3	Kerangka Pemikiran .....	49
2.4	Hipotesis .....	49
BAB III .....		53
METODE PENELITIAN .....		53
3.1	Ruang Lingkup Penelitian .....	53
3.2	Populasi Dan Sampel Penelitian .....	53
3.2.1	Populasi .....	53
3.2.2	Sampel .....	54
3.3	Jenis Dan Pengumpulan Data .....	55
3.3.1	Jenis Data .....	55
3.3.2	Pengumpulan Data .....	55
3.4	Definisi Operasional Variabel .....	56
3.5	Metode Analisis Data .....	59
3.5.1	Uji Instrumen .....	59
3.5.1.1	Uji Validitas .....	59
3.5.1.2	Uji Reliabilitas .....	60
3.5.2	Alat Analisa Data .....	60

3.5.2.1	Analisis Regresi Linier Beganda .....	60
3.5.3	Pengujian Hipotesis .....	62
3.5.3.1	Uji Hipotesis Parsial T (Uji T).....	62
3.5.3.2	Uji Hipotesis Simultan (Uji F).....	63
BAB IV .....		65
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		65
4.1	Hasil Penelitian.....	65
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	65
4.1.2	Profil Perusahaan.....	65
4.1.3	Visi & Misi Perusahaan.....	67
4.1.4	Produk Brand Asics .....	67
4.2	Gambaran Umum Responden.....	68
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	69
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	69
4.3	Deskripsi Jawaban Responden .....	70
4.3.1	Variabel Citra Merek (X1).....	71
4.3.2	Variabel Kepercayaan Merek (X2).....	72
4.3.3	Variabel Kepuasan Konsumen (X3).....	74
4.3.4	Variabel Loyalitas Merek (Y).....	75
4.4	Uji Instrumen.....	76

4.4.1	Uji Validitas .....	77
4.4.2	Uji Reliabilitas .....	78
4.5	Uji Analisis .....	79
4.5.1	Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	79
4.5.2	Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	81
4.6	Uji Hipotesis .....	82
4.6.1	Uji Parameter Individual (Uji Parsial T) .....	82
4.6.2	Uji Signifikasi (Uji Simultan F) .....	85
4.7	Pembahasan .....	87
4.7.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek .....	87
4.7.2	Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek .....	89
4.7.3	Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek .....	90
4.7.4	Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek .....	92
BAB V .....		96
KESIMPULAN DAN SARAN .....		96
5.1	Kesimpulan .....	96
5.2	Saran .....	97
DAFTAR PUSTAKA .....		101
LAMPIRAN .....		103

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu .....	47
Tabel 3.1 Skala Likert.....	55
Tabel 4.1 Kategori Produk Asics .....	67
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	68
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	69
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	70
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek.....	71
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan Merek.....	73
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen .....	74
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Merek.....	75
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	77
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas .....	79
Tabel 4.11 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	80
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	82
Tabel 4.13 Hasil Uji Parsial T.....	83
Tabel 4.9 Hasil Uji Simultan F .....	86

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	48
Gambar 4.1 Logo Asics Original .....	65
Gambar 4.2 Uji Variabel Citra Merek.....	84
Gambar 4.3 Uji Variabel Kepercayaan Merek.....	84
Gambar 4.4 Uji Variabel Kepuasan Konsumen.....	85
Gambar 4.5 Uji Simultan F.....	86

