

**PENGARUH CITRA MEREK, KERAGAMAN PRODUK DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
PRODUK RABBANI
(Studi Kasus Pada Konsumen reSHARE Rabbani Ponorogo)**



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2017

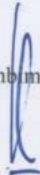
HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Citra Merek, Keragaman Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Rabbani.
(Studi Kasus Pada Konsumen reSHARE Rabbani Ponorogo)

Nama : Ria Puji Lestari
NIM : 13413088
Program Studi : Manajemen

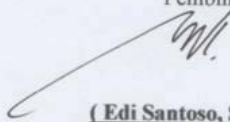
Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Starta Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Pembimbing I


(Drs. Ec. Purwanto, MM)
NIK. 19531024 199309 14


Ponorogo, 5 Agustus 2017

Pembimbing II



(Edi Santoso, SE, MM)
NIK. 19740311 200103 12

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi


(Titi Rapini, SE, MM)
NIP. 19630505 199003 2 003

Dosen Penguji


(Drs. Ec. Purwanto, MM)
NIK. 19531024 199309 14


(Dra. Umi Farida, MM)
NIK. 19610110 199112 13


(Tegoeh Hari A, SE, MM)
NIK. 19671005 199309 14

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek, Keragaman Produk dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen pada reSHARE Rabbani Ponorogo.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan metode kuisioner terhadap 90 responden yang berkunjung dan melakukan pembelian di reSHARE Rabbani Ponorogo dengan menggunakan teknik *purposive sampling* untuk mengetahui tanggapan responden terhadap variabel Citra Merek, Keragaman Produk dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen pada reSHARE Rabbani Ponorogo. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda yang berfungsi untuk membuktikan hipotesis penelitian. Hasil persamaan regresi linier berganda setelah diolah menggunakan SPSS menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 3,480 + 0,204X_1 + 0,254X_2 + 0,279X_3 + e$$

Berdasarkan hasil analisis diperoleh bahwa semua variabel yaitu variabel citra merek, keragaman produk dan kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada reSHARE Rabbani Ponorogo. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,238 yang artinya sumbangan variabel independen (citra merek, keragaman produk dan kualitas produk) terhadap naik turunnya loyalitas konsumen adalah sebesar 23,8% dan sisanya 76,2% merupakan sumbangan dari variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Kata kunci : Citra Merek, Keragaman Produk, Kualitas Produk dan Loyalitas Konsumen

PERSEMBAHAN

Ku Persembahkan Skripsi Ini Teruntuk :

ALLAH SWT DAN RASULULLAH SAW

Sembah sujud dan syukur kepada Allah SWT yang telah menciptakanku. Taburan cinta kasih sayang-Mu telah memberikan saya kekuatan dan kesabaran. Terimakasih karunia dan kemudahan yang Engkau berikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Sholawat serta salam tetap terlimpahkan kehadiran Rasulullah Muhammad SAW.

AYAH DAN IBU

Terimakasih ku ucapkan kepada orang tua terhebatku yang telah membesarkan aku dengan penuh kasih sayang, yang selalu peduli dan mencurahkan cinta kalian dengan penuh keihlasan. Jasa dan perjuangan ayah dan ibu dalam hidupku tak akan pernah kulupakan. Sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terimakasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya ini kepada ke Empat orang tuaku, Ibuku Welas dan Jumiyeem serta Ayahku Alm Somiran dan Ngadimin, doa kalian menjadikanku bersemangat, kasih sayang kalian yang membuatku menjadi kuat hingga aku selalu bersabar melalui beragam cobaan yang mengejar. Kini cita-cita dan harapan kalian telah ku gapai. Semoga Ria bisa selalu membahagiakan kalian dan mewujudkan apa yang kalian impikan.

SAUDARAKU

Untuk kakak ku Mono, Milir, Mur, Siti, Giono dan adikku rina dan riva, selalu ada hal yang mengharukan saat kumpul bersama kalian, walaupun kita sering bertengkar , berselisih paham yang engiasi keseharian kita, tapi hal ini selalu menjadi warna yang tak akan bisa tergantikan. Terimakasih banyak atas semangat motivasi, doa dan bantuan kalian selama ini, hanya karya kecil ini yang dapat aku persembahkan, tapi aku akan selalu berusaha menjadi yang terbaik untuk kalian semua.

UNTUK SAHABATKU DAN TEMAN-TEMANKU

Aning, Wiwit dan Nurul terimakasih sudah mau menjadi teman terbaik ku, tak terasa sudah 16 tahun kita bersama berhias canda tawa kadang juga dihias lara. Terimakasih atas support dan dukungan yang selalu kalian berikan. Dan Deni Masruroh terimakasih banyak atas teguran dan setiap arahan yang kamu berikan padaku, meski kita jarang bertemu tapi supportmu tak pernah terhenti.

Sahabat superku Nanda Halimatus Sa'adah dan Ririn Suharyani terimakasih banyak atas waktu kalian yang sudah terlewati bersama selama ini dan menjadi sahabat terbaikku, selama meniti bangku kuliah kemana-mana bareng kalian. Terimakasih atas bantuan dan sumbangan fikir kalian sehingga skripsiku dapat selesai tepat waktu.

Teman-teman "BISMILLAH WISUDA 2017" yang ga bisa disebutkan satu persatu, meski dulu kita jarang bertegur sapa, tapi sekarang kita menjadi sahabat yang sangat akrab. Serta teman-teman Manajemen A angkatan 2013, kelas ini banyak sekali memberikan kenangan, pelajaran, pengalaman hidup, keakraban, keramahan, canda tawa bahkan tak sedikit perbedaan pendapat yang bermuara pada pertengkaran sesaat. Terimakasih atas semua kegilaanya selama 4 tahun ini.

Dan untuk KamuKu, terimakasih banyak atas segala dukungan, motivasi yang selalu tercurah darimu. Kesabaran dan semangatmu selalu menemani setiap langkah yang kulaju. Kamu adalah cahaya dibalik kegelapan. Hanya aku yang tau. Terimakasih.

(RIA PUJI LESTARI)

MOTTO

Untuk mendapatkan kesuksesan, keberanianmu harus lebih besar dari pada ketakutanmu.

“Success is always accompanied with failure.”

Jangan takut melangkah, karena jarak 1000 mil dimulai dari satu langkah.

“Do n’t be afraid to move, because the distance of 1000 miles starts by a single step.”

Berusaha hari ini atau menyesal esok hari.

Lebih baik mencoba meskipun gagal daripada tidak mencoba dan tidak gagal.

Karena kegagalan adalah awal dari keberhasilan.

(RIA PUJI LESTARI)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "PENGARUH CITRA MEREK, KERAGAMAN PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA reSHARE RABBANI PONOROGO" yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan studi program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penulis menyadari bahwa dalam terselesaikannya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan, dan saran dari berbagai pihak. Maka dengan segala kerendahan hati dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang ditujukan kepada :

1. Bapak Drs. Sulton, M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Titi Rapini, SE, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Drs. Ec. Purwanto, MM. selaku dosen pembimbing I atas segala arahan dan bimbingannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.

4. Bapak Edi Santoso, SE, M.M. selaku dosen pembimbing II atas segala arahan dan bimbingannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama penulis duduk di bangku kuliah.
6. Pihak reSHARE Rabbani Ponorogo yang telah memberikan izin penelitian dan sekaligus banyak membantu kegiatan dalam penelitian ini.
7. Kedua orang tua, Bapak Ngadimin dan Ibu Jumiyeem yang saya sayangi dan cintai. Terimakasih telah mengiringi segala langkahku dengan do'a dan semangat yang tak pernah pupus.
8. Semua teman-temanku yang telah memberikan motivasi dan dukungan baik moril maupun materil sampai selesainya penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pengetahuan yang penulis peroleh sampai saat ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca supaya penulis dapat menyusun penelitian selanjutnya dengan lebih baik.

Wasalamu'alaikum Wr. Wb.

Ponorogo, 5 Agustus 2017

Penulis

(RIA PUJI LESTARI)

**PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR
KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah di ajukan 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, 5 Agustus 2017

Materai
Rp.6.000

(RIA PUJI LESTARI)
NIM : 13413088

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI..... | ii |
| RINGKASAN | iii |
| PERSEMBAHAN..... | iv |
| MOTTO | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN | ix |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR..... | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 10 |
| 1.3 Batasan Masalah..... | 10 |
| 1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian | 11 |
| 1.4.1 Tujuan Penelitian | 11 |
| 1.4.2 Manfaat Penelitian | 11 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 13 |
| 2.1 Landasan Teori | 13 |
| 2.1.1 Pengertian Pemasaran | 13 |
| 2.1.2 Pengertian Bauran Pemasaran | 14 |
| 2.1.3 Citra Merek..... | 17 |
| 2.1.3.1 Pengertian Merek (<i>Brand</i>) | 17 |
| 2.1.3.2 Tingkatan Merek | 18 |

| | | |
|--|--|-----------|
| 2.1.3.3 | Manfaat Merek | 19 |
| 2.1.3.4 | Pengertian Citra Merek (<i>Brand Image</i>)..... | 20 |
| 2.1.4 | Keragaman Produk (<i>Product Mix</i>) | 21 |
| 2.1.4.1 | Pengertian Keragaman Produk | 21 |
| 2.1.4.2 | Pengertian Diferensiasi Produk | 22 |
| 2.1.5 | Kualitas Produk (<i>Product Quality</i>) | 23 |
| 2.1.5.1 | Pengertian Kualitas Produk | 23 |
| 2.1.5.2 | Dimensi Kualitas Produk..... | 24 |
| 2.1.5.3 | Penentu Kualitas Produk | 25 |
| 2.1.6 | Loyalitas Konsumen | 26 |
| 2.1.6.1 | Pengertian Perilaku Konsumen | 26 |
| 2.1.6.2 | Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen | 27 |
| 2.1.6.3 | Pengertian Keputusan Pembelian | 31 |
| 2.1.6.4 | Tahapan Keputusan Pembelian | 31 |
| 2.1.6.5 | Peran Konsumen Dalam Pembelian | 35 |
| 2.1.6.6 | Pengertian Loyalitas Konsumen | 37 |
| 2.2 | Penelitian Terdahulu | 39 |
| 2.3 | Kerangka Pemikiran | 44 |
| 2.4 | Hipotesis..... | 45 |
| BAB III METODE PENELITIAN | | 46 |
| 3.1 | Ruang Lingkup Penelitian..... | 46 |
| 3.2 | Populasi dan Sampel Penelitian..... | 47 |
| 3.2.1 | Populasi | 47 |
| 3.2.2 | Sampel Penelitian | 47 |
| 3.3 | Jenis Data..... | 48 |
| 3.3.1 | Data Primer | 48 |
| 3.3.2 | Data Sekunder | 48 |

| | | |
|---|---|----|
| 3.4 | Teknik Pengumpulan Data | 49 |
| 3.4.1 | Kuisisioner | 49 |
| 3.4.2 | Observasi | 49 |
| 3.5 | Definisi Operasional Variabel | 50 |
| 3.5.1 | Variabel Bebas (<i>independent</i>) (X) | 50 |
| 3.5.2 | Variabel Terikat (<i>dependent</i>) (Y) | 52 |
| 3.6 | Metode Analisis Data | 53 |
| 3.6.1 | Uji Instrumen (Mengumpulan Data) | 53 |
| 3.6.2 | Alat Analisis | 56 |
| 3.6.3 | Pengujian Model dan Hipotesis | 57 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | | |
| 4.1 | Gambaran Umum Perusahaan | 60 |
| 4.1.1 | Sejarah Perusahaan | 60 |
| 4.1.2 | Visi dan Misi Perusahaan | 63 |
| 4.1.2.1 | Visi Perusahaan Rabbani | 63 |
| 4.1.2.2 | Misi Perusahaan Rabbani | 63 |
| 4.2 | Hasil Penelitian | 64 |
| 4.2.1 | Deskripsi Variabel | 69 |
| 4.2.1.1 | Deskripsi Variabel Citra Merek (X1)..... | 69 |
| 4.2.1.2 | Deskripsi Variabel Keragaman Produk (X2) | 72 |
| 4.2.1.3 | Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X3)..... | 74 |
| 4.2.1.4 | Deskripsi Variabel Loyalitas Konsumen (Y) | 77 |
| 4.3 | Analisis Data | 79 |
| 4.3.1 | Uji Instrumen | 79 |
| 4.3.1.1 | Uji Validitas..... | 79 |
| 4.3.1.2 | Uji Reliabilitas..... | 81 |
| 4.3.2 | Analisis Regresi Berganda..... | 82 |
| 4.3.3 | Analisis Koefisien Determinasi | 85 |

| | | |
|---------------------------------|--|----|
| 4.3.4 | Pengujian Hipotesis | 86 |
| 4.3.4.1 | Uji T..... | 86 |
| 4.3.4.2 | Uji F..... | 91 |
| 4.4 | Pembahasan dan Implikasi | 93 |
| 4.4.1 | Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen..... | 93 |
| 4.4.2 | Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Konsumen | 94 |
| 4.4.3 | Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen | 95 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | | 97 |
| 5.1. | Kesimpulan | 97 |
| 5.2. | Saran | 98 |
| DAFTAR PUSTAKA | | |
| LAMPIRAN | | |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu | 39 |
| Tabel 3.1. Alternative Jawaban Responden | 49 |
| Tabel 4.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 64 |
| Tabel 4.2. Responden Berdasarkan Daerah Asal | 65 |
| Tabel 4.3. Responden Berdasarkan Usia | 66 |
| Tabel 4.4. Responden Berdasarkan Pendidikan | 67 |
| Tabel 4.5. Responden Berdasarkan Pekerjaan | 68 |
| Tabel 4.6. Tanggapan Responden Mengenai Citra Merek (X1) | 70 |
| Tabel 4.7. Tanggapan Responden Mengenai Keragaman Produk (X2) | 72 |
| Tabel 4.8. Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk (X3) | 75 |
| Tabel 4.9. Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Konsumen (Y) | 77 |
| Tabel 4.10 Hasil Pengujian Validitas | 80 |
| Tabel 4.11 Hasil Pengujian Reliabilitas | 82 |
| Tabel 4.12 Analisis Regresi Linier Berganda | 83 |
| Tabel 4.13 Analisis Koefisien Determinasi | 85 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji T | 87 |
| Tabel 4.15 Hasil Uji F | 91 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1. Model Lima Tahap-tahap Proses Pembelian..... | 32 |
| Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran..... | 44 |
| Gambar 4.1. Kurva T Hitung Untuk Variabel Citra Merek (X1) | 88 |
| Gambar 4.2. Kurva T Hitung Untuk Variabel Keragaman Produk (X2)..... | 89 |
| Gambar 4.3. Kurva T Hitung Untuk Variabel Kualitas Produk (X3)..... | 90 |
| Gambar 4.4. Kurva Uji F | 92 |

