

**Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Image*, dan *Brand Trust*  
Terhadap Kepuasan Konsumen**

**(Survei pada Konsumen Ms Glow di Ponorogo)**



**SKRIPSI**

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

Nama : Dyah Ayu Vanida

NIM : 17414369

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2020/2021**

**Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Image*, Dan *Brand Trust*  
Terhadap Kepuasan Konsumen**

**(Survei pada Konsumen Ms Glow di Ponorogo)**



**SKRIPSI**

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

Nama : Dyah Ayu Vanida

NIM : 17414369

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2020/202**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Image*,  
dan *Brand Trust* terhadap Kepuasan  
Konsumen (Survei konsumen Ms Glow di  
Ponorogo)

Nama : Dyah Ayu Vanida

NIM :17414369

Program Studi : Manajemen S-1

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat  
Untuk diujikan guna memperoleh gelar sarjana program Stra Satu (S-1)  
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Pembimbing I



Dr. Hadi Sumarsono, SE M.,Si  
NIDN. 0008057601

Pembimbing II



Wijiarto, SE.,MM.  
NIDN. 0726048505

Mengetahui Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Hadi Sumarsono, SE., M Si.  
NIP. 19760508 200501 1 002

Dosen Penguji

Ketua



(Dr.Hadi Sumarsono,SE.,M.Si)  
NIDN:0008057601

Sekretaris



(Premi Wahyu W,S.AB.,M.AB)  
NIDN:0711128403

Anggota



(Edi Santoso, SE., MM.)  
NIDN:0711037401

## PERYATAAN TIDAK MEYIMPANG

### KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah 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 diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertuli diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.



Dyan Ayu vanida  
NIM. 17414369

## Motto

“Apapun yang terjadi didepan mata tetaplah melangkah mesti  
apa yang kita harapkan tidaklah sesuai dengan keinginan kita”



## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Allah SWT, yang tak terhitung atas nikmat dan ridho-Nya yang senantiasa memberikan kekuatan, kemampuan serta kemudahan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Untuk ketiga orang tuaku yang aku sayangi, Ayah Kandung Sunar Bapak Sambung Katemun dan Alm. Ibu Isti makasi sudah mendoakan dan memberikan dukungan sampai aku bisa menyelesaikan skripsi ini dan untuk Alm. Ibu yang sangat spesial dihidup ayu, ayu mau wisuda buk doain ayu disana ya buk.
3. Diriku yang mampu menyelesaikan skripsi ini walaupun dengan melewati berbagai rintangan
4. Untuk mas saya mbk saya yang sudah ngerawat saya karna ditinggal ibuk maaaf kalau selama ini bikin kesel dan kesayangan mas Prabu keponakan saya
5. Orang yang membuat support dalam hidupku, membantu, menuntun, mengarahkan dengan hal yang baik menasehati jika ada yang salah terimakasih orang baik “Aditya Putra Pratama”
6. Sahabat saya teman seperjuangan “Sedang Berjuang”
7. Kepada semua pihak yang membantu dan menyupport dalam mengerjakan skripsi ini

# **Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Image*, dan *Brand Trust* Terhadap Kepuasan Konsumen**

**(Survei pada Konsumen Ms Glow Di Ponorogo)**

Dyah Ayu Vanida

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

## **RINGKASAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Brand Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Ms Glow di Ponorogo. Metode yang digunakan penelitian ini adalah metode kuantitatif. Data dari penelitian ini diperoleh dari hasil menyebarkan kuesioner dengan pernyataan tertulis kepada responden dan analisis menggunakan software SPSS 16. Populasi dalam penelitian ini diperoleh dari semua kalangan masyarakat di Ponorogo. Sampel dalam penelitian ini 100 responden dengan teknik *accidental sampling / convenience sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Terdapat pengaruh antara brand awareness terhadap kepuasan konsumen Ms Glow di Ponorogo, (2) Terhadap pengaruh antara brand image terhadap kepuasan konsumen Ms Glow di Ponorogo, (3) Terhadap pengaruh antara brand trust terhadap kepuasan konsumen Ms Glow di Ponorogo, (4) Terdapat pengaruh antara brand awareness, brand image, brand trust terhadap kepuasan konsumen Ms Glow di Ponorogo, (2) Terhadap pengaruh antara brand image terhadap kepuasan konsumen Ms Glow di Ponorogo

**Kata Kunci :Brand Awareness, Brand Image, Brand Trust, Kepuasan Konsumen**

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Dengan mengucapkan puja dan puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga atas ridho-Nya dengan segala kemampuan dan kesungguhan hati, dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul: “Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Brand Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Ms Glow di Ponorogo”.

Tujuan penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan tugas akhir perkuliahan pada program Strata (S-1) Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Dalam skripsi ini, penulis menyadari banyak kesulitan yang dihadapi, akan tetapi berkat bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Maka dari itu Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak dan ibu penulis yang selalau mendoakan dan mendukung untuk mengerjakan skripsi.
2. Bapak Dr. Happy Susanto, MA selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Drs. Hadi Sumarsono, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Ibu Naning Kristiyana, SE., MM selaku Kaprodi Manajemen fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Bapak Drs. Hadi Sumarsono, S.E., M.Si, Wijianto, SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah membimbing sampai selesainya skripsi ini dengan penuh kesabaran



serta ketulusan yang telah memberikan bimbingan dan petunjuk sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan

5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, yang telah memberikan ilmunya kepada saya.
6. Saudara dan teman-teman penulis yang telah memberikan support system, semangat serat keceriaan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan ini masih banyak sekali kekurangan, maka penulis sangat mengharapkan saran maupun kritik yang membangun demi kesempurnaan laporan penyusunan skripsi ini. Harapan penulis semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Wassalmualaikum Wr.Wb



Ponorogo, Juli 2021

Dyah Ayu Vanida  
NIM. 17414369

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	i
PERYATAAN TIDAK MEYIMPANG .....	ii
KODE ETIK PENELITIAN .....	iii
Motto.....	iii
PERSEMBAHAN.....	v
RINGKASAN.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
B. Penelitian Terdahulu .....	29
C. Kerangka Konseptual Penelitian .....	31
D. Hipotesis .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>38</b>
A. Ruang Lingkup Penelitian .....	38
B. Populasi Dan Sempel Penelitian.....	38
C. Definisi Operasional Variabel m.....	41
D. Metode Analisis Data .....	43
E. Alat Analisis.....	45
F. Uji Hipotesis .....	47
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>50</b>
A. Hasil Penelitian .....	50
B. Pembahasan.....	71
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>76</b>
A. Kesimpulan .....	76
B. Saran .....	77

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Model Perilaku Konsumen .....	22
Gambar 2 Kerangka penelitian .....	32
Gambar 3 Daerah Penerimaan dan Penolakan $H_0_1$ .....	67
Gambar 4 Daerah Penerimaan dan Penolakan $H_0_2$ .....	68
Gambar 5 Daerah Penerimaan dan Penolakan $H_0_3$ .....	69
Gambar 6 Kurva Uji F .....	70



## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 2 Skala Likert.....	41
Tabel 3 Determinasi Operasional Variabel dan Indikator .....	42
Tabel 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	52
Tabel 6 Responden Berdasarkan Profesi/Pekerjaan .....	53
Tabel 7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Brand Awareness.....	54
Tabel 8 Tanggapan Responden Terhadap Brand Image .....	56
Tabel 9 Tanggapan Responden Terhadap Brand Trust.....	57
Tabel 10 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen.....	58
Tabel 11 Hasil Uji Validasi .....	60
Tabel 12 Hasil Uji Reabilitas.....	62
Tabel 13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	63
Tabel 14 Koefisien Determinasi .....	65
Tabel 15 Hasil Uji t (Parsial) .....	66
Tabel 16 Hasil Uji F (Simultan.....	70

