

**SKRIPSI**

**LOYALITAS PELANGGAN DITINJAU DARI BRAND IMAGE,**

**PRODUCT VARIETY, DAN SERVICE QUALITY**

**(Survei Pelanggan Member dan Non-Member Toko Aromaku Parfum**

**di Kabupaten Ponorogo)**



Nama : Diana Novita Febrianti

NIM : 18414691

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2022**

**LOYALITAS PELANGGAN DITINJAU DARI BRAND IMAGE,  
PRODUCT VARIETY, DAN SERVICE QUALITY**

**(Survei Pelanggan Member dan Non-Member Toko Aromaku Parfum  
di Kabupaten Ponorogo)**



**SKRIPSI**

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

Nama : Diana Novita Febrianti

NIM : 18414691

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2022**

## HALAMAN PENGESAHAN

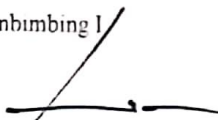
Judul : Loyalitas Pelanggan Ditinjau dari Brand Image, Product Variety, dan Service Quality (Survei Pelanggan Member dan Non-Member Toko Aromaku Parfum di Kabupaten Ponorogo)  
Nama : Diana Novita Febrianti  
NIM : 18414691  
Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 16 Oktober 2000  
Program Studi : Manajemen

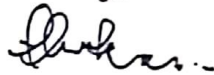
Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 16 Juni 2022

Pembimbing I

Pembimbing II

  
Dr. Hadi Sumarsono, SE., MSi  
NIDN 0008057601

  
Titis Purwaningrum, SE., MMA  
NIDN 0704047001


Mengetahui


Dekan Fakultas Ekonomi




Dr. Hadi Sumarsono, SE., MSi  
NIP 19760508 200501 1 002

Dosen Penguji

  
Dr. Hadi Sumarsono, SE., MSi  
NIDN 0008057601

  
Adi Santoso, SE., MM  
NIDN 0727118803

  
Dra. Umi Farida, MM  
NIDN. 0710016101

**RINGKASAN**  
**LOYALITAS PELANGGAN DITINJAU DARI BRAND IMAGE,**  
**PRODUCT VARIETY, DAN SERVICE QUALITY**

Diana Novita Febrianti

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Email : *diananovi243@gmail.com*

Loyalitas pelanggan perlu diperhatikan oleh perusahaan agar perusahaan dapat bertumbuh dengan baik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *brand image* (X1), *product variety* (X2), dan *service quality* (X3) dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan pada toko Aromaku Parfum. Populasi dalam penelitian ini para pelanggan toko Aromaku Parfum dan sebanyak 190 orang responden dijadikan sampel penelitian yang diambil dengan teknik pengambilan sampel *accidental sampling* dengan menggunakan rumus penentuan sampel menurut Ferdinand. Jenis data yang digunakan adalah sekunder dan primer. Untuk melakukan pengumpulan data dan informasi maka dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Didalam model penelitian ini digunakan dua kategori variabel. Pertama variabel dependen yaitu Loyalitas Pelanggan. Kedua adalah variabel independen yaitu *brand image* (X1), *product variety* (X2), dan *service quality* (X3).

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama ditemukan bahwa :

1. Variabel *brand image* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada toko Aromaku Parfum. *Brand image* (X1) berpengaruh positif terhadap keseleruhan responden (tidak berpengaruh positif terhadap responden member dan berpengaruh positif terhadap responden non member). Artinya *brand image* (X1) bukanlah pertimbangan utama untuk responden member untuk menjadi loyal terhadap toko Aromaku Parfum.

2. Variabel *product variety* (X2) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada toko Aromaku Parfum. *Product variety* (X2) tidak berpengaruh positif terhadap keseluruhan responden (tidak berpengaruh positif terhadap responden member ataupun non member). Artinya *product variety* (X2) bukanlah faktor yang dipertimbangkan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan baik responden member ataupun responden non member.
3. Variabel *service quality* (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada toko Aromaku Parfum. *Service quality* (X3) berpengaruh positif terhadap keseluruhan responden (berpengaruh positif terhadap responden member dan non member). Artinya *service quality* (X3) adalah faktor yang dipertimbangkan responden supaya menjadi loyal terhadap toko Aromaku Parfum dan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci :** *Brand Image; Product Variety; Service Quality; Loyalitas Pelanggan; Member; Non Member; Aromaku Parfum.*

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, berkat Rahmat, Hidayah, dan Karunia – Nya kepada kita semua, sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Loyalitas Pelanggan Ditinjau dari *Brand Image*, *Product Variety*, dan *Service Quality* (Survei Pelanggan Member dan Non-Member Toko Aromaku Parfum di Kabupaten Ponorogo)”**.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memenuhi persyaratan memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Peneliti menyadari dalam penyusunan ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu pada kesempatan ini, kami mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Hadi Sumarsono, SE., MSi selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Naning Kristiyana, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Dr. Hadi Sumarsono, SE., MSi selaku Dosen Pembimbing I yang sudah membimbing, memberikan saran, dan motivasi kepada peneliti.
4. Titis Purwaningrum, SE., M.MA selaku Dosen Pembimbing II yang selalu memotivasi peneliti.
5. Bapak dan Ibu dosen serta karyawan di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang senantiasa memberikan saran dan membantu dalam segala kebutuhan administrasi.

6. Kedua orang tua saya, Bapak Sumarno dan Ibu Sri Wahyuni yang saya hormati dan sayangi, yang selalu memberikan dukungan baik secara moril maupun materil. Sangat besar harapan peneliti untuk bisa membanggakan dan membahagiakan beliau.
7. Seluruh rekan S-1 Manajemen angkatan 2018 yang saling membantu dan mendoakan agar skripsi dapat diselesaikan dengan baik.

Semoga Allah SWT memberikan balasan pahala atas segala amal yang telah diberikan. Peneliti menyadari skripsi ini tidak lepas dari kekurangan, maka peneliti mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, peneliti berharap skripsi ini berguna bagi para pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Ponorogo, 16 Juni 2022



Diana Novita Febrianti

NIM. 18414691

## 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 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, 16 Juni 2022



Diana Novita Febrianti  
NIM. 18414691

## MOTTO

**”OLAH KATA, BACA MAKNA, IKAT DALAM ALENIA, JADILAH MAHAKARYA,  
GELAR SARJANA KUTERIMA, ORANG TUA, CALON SUAMI DAN CALON  
MERTUA PUN BAHAGIA”**



## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
RINGKASAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN .....	vii
MOTTO.....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	6
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.2 <i>Marketing Mix</i> .....	9
2.1.3 <i>Brand Image</i> .....	12
2.1.4 <i>Product Variety</i> .....	12
2.1.5 <i>Service Quality</i> .....	13
2.1.6 Loyalitas Pelanggan .....	14
2.2 Penelitian Terdahulu.....	15
2.3 Kerangka Pemikiran .....	19
2.4 Hipotesis .....	20
BAB III.....	24
METODE PENELITIAN .....	24
3.1 Ruang Lingkup Penelitian .....	24
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian .....	24
3.2.1 Populasi .....	24

3.2.2	Sampel.....	24
3.3	Metode Pengambilan Data.....	25
3.3.1	Metode Observasi .....	26
3.3.2	Metode Kuesioner.....	26
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	27
3.4.1	Variabel Dependen.....	27
3.4.2	Variabel Independen .....	28
3.5	Metode Analisis Data .....	31
3.5.1	Uji Instrumen.....	31
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	32
3.5.3	Uji Analisis Regresi Berganda .....	35
3.5.4	Uji Determinasi.....	35
3.5.5	Uji Hipotesis.....	36
<b>BAB IV.....</b>		<b>37</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>37</b>
4.1	Profil Objek Penelitian .....	37
4.2	Karakteristik Responden.....	45
4.3	Hasil Rekap Responden / Tanggapan Responden.....	50
4.4	Hasil Analisis Data.....	55
<b>BAB V.....</b>		<b>73</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>73</b>
5.1	Kesimpulan .....	73
5.2	Saran.....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>76</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hipotesis .....	23
Tabel 4.1 Daftar Nama Parfum Khusus Pria .....	41
Tabel 4.2 Daftar Nama Parfum Khusus Wanita .....	42
Tabel 4.3 Daftar Nama Parfum Unisex .....	44
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Menurut Umur .....	45
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin .....	46
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Menurut Jumlah Pemasukan Perbulan .....	47
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Menurut Jumlah Kunjungan .....	47
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Menurut Jumlah Parfum .....	48
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Menurut Member dan Non-Member .....	49
Tabel 4.10 Karakteristik Responden Mulai Menjadi Member .....	49
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terkait Variabel Loyalitas .....	50
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terkait Variabel <i>Brand Image</i> .....	51
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terkait Variabel <i>Product Variety</i> .....	53
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Terkait Variabel <i>Service Quality</i> .....	54
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Kuesioner Loyalitas Pelanggan .....	55
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Kuesioner <i>Brand Image</i> .....	56
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Kuesioner <i>Product Variety</i> .....	56
Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas Kuesioner <i>Service Quality</i> .....	57
Tabel 4.19 Hasil Uji Reabilitas .....	58
Tabel 4.20 Hasil Uji Normalitas .....	59
Tabel 4.21 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	59
Tabel 4.22 Hasil Uji Multikolinieritas .....	60
Tabel 4.23 Hasil Uji Autokorelasi .....	60
Tabel 4.24 Hasil Uji Analisa Regresi Berganda .....	61
Tabel 4.25 Hasil Uji Determinasi .....	65
Tabel 4.26 Hasil Uji T .....	67

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Variabel Bauran Pemasaran .....	11
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian .....	20
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Toko Aromaku Parfum .....	39



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	80
Lampiran 2 Daftar Pernyataan.....	81
Lampiran 3 Data Responden .....	84
Lampiran 4 Tabel r.....	97
Lampiran 5 Tabel t.....	100
Lampiran 6 Tabel Durbin Watson .....	104
Lampiran 7 Uji Analisis Data.....	107
Lampiran 8 Dokumentasi .....	115

