

PENGARUH *QUALITY PRODUCT*, *BRAND TRUST*, DAN *BRAND SATISFACTION* TERHADAP *BRAND LOYALTY* PENGGUNA KARTU SIMPATI PADA PETUGAS CATAT METERAN LISTRIK 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 : Ridho Pambudi

NIM : 18414679

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2022

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Quality Product*, *Brand Trust*, dan *Brand Satisfaction* terhadap *Brand Loyalty* Pengguna Kartu SIMPATI pada Petugas Catat Meteran Listrik di Kabupaten Ponorogo

Nama : Ridho Pambudi

NIM : 18414679

Tempat, Tanggal Lahir : Magetan, 25 Agustus 1999

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, 27 Juli 2022

Pembimbing I

Pembimbing II



(Adi Santoso, SE., MM)
NIDN. 0727118803



(Tegoeh Hari Abrianto, SE., MM)
NIDN. 0705106702

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi



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

Dosen Penguji:



(Adi Santoso, SE., MM)
NIDN. 0727118803



(Naning Kristiyana, SE., MM)
NIDN. 0721117501



(Wahna Widhianingrum, SP., MM)
NIDN. 0707118602

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga yang berjudul “Pengaruh *Quality Product, Brand Trust, Dan Brand Satisfaction Terhadap Brand Loyalty* Pengguna Kartu SIMPATI Pada Petugas Catat Meteran Listrik Di Kabupaten Ponorogo” dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, petunjuk dan saran dari semua pihak. Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini khususnya kepada:

1. Dr. Happy Susanto, MA, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
3. Naning Kristyana, SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo
4. Adi Santoso, SE., MM, selaku Dosen Pembimbing 1 yang senantiasa memberikan arahan dalam menyusun skripsi
5. Tegoeh Hari Abrianto, SE., MM, selaku dosen pembimbing 2 yang senantiasa memberikan arahan dalam menyusun skripsi

6. Seluruh jajaran Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi, yang telah memberikan ilmu pendidikannya kepada penulis dalam menempuh pendidikan
7. Kedua Orang Tua dan Seluruh Anggota Keluarga penulis yang telah memberikan doa dan dukungan selama menempuh pendidikan dan proses menyusun skripsi
8. Seluruh rekan seperjuangan Angkatan 2018, khususnya Manajemen B yang selalu kompak dan saling membantu
9. Dan seluruh pihak yang tidak sempat saya sebutkan satu per satu yang telah membantu memberikan dukungan dalam menyusun skripsi.

Penulis mohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan baik sengaja maupun tidak disengaja. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan guna untuk mendorong penelitian selanjutnya.

Magetan, 27 Juli 2022



(Ridho Pambudi)
NIM 18414679

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan 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 disuatu institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang tertulis dan atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka.

Ponorogo, 27 Juli 2022



(Ridho Pambudi)
NIM 18414679

MOTTO

“Apa yang ditakdirkan untukmu, akan sampai kepadamu meskipun berada dibawah dua gunung. Dan apa yang tidak ditakdirkan untukmu tidak akan sampai kepadamu meskipun itu diantara kedua bibirmu.”

IMAM AL-GHAZALI, ULAMA ABAD KE-11

Note from me: Semua ada porsinya masing-masing.



PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Allah SWT, yang tak terhitung nikmat dan ridho-Nya senantiasa memberikan saya kekuatan dan jalan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kedua orang tua tercinta saya, Bapak Sukadi dan Ibu Sumini yang selalu memberikan doa dan dukungan yang luar biasa di segala kondisi bahkan saya sudah tidak mampu mengungkapkannya dengan kata-kata lagi, sehingga itulah yang membuat saya semangat dan bertekad untuk segera menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Diriku, yang telah kuat dan mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik setelah melalui berbagai rintangan.
4. Perempuan terdekat saya Dyah Ayu Puspaning Tyas yang selalu mensupport saya dalam segala hal selama pengerjaan skripsi.
5. Sahabat-sahabatku Disworo Prayogo, Kelvin Ardana, Wahid Febri, Zainal Arifin, dan Crew Kontrakan Crigis, yang selalu siap mendengar keluh kesahku selama pengerjaan skripsi.
6. Rekan-rekan Manajemen B angkatan 2018 yang selalu memberikan support dukungan dan menjadi pembangkit mood ketika stress mengerjakan skripsi.
7. Seluruh pihak yang telah berperan membantu support dan dukungan dalam pengerjaan skripsi ini.

**Pengaruh *Quality Product*, *Brand Trust*, dan *Brand Satisfaction* terhadap
Brand Loyalty Pengguna Kartu SIMPATI pada Petugas Catat Meteran Listrik
di Kabupaten Ponorogo**

Ridho Pambudi

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

ABSTRAK

Penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh *quality product*, *brand trust*, dan *brand satisfaction* terhadap *brand loyalty* pengguna kartu SIMPATI pada petugas catat meteran listrik di Kabupaten Ponorogo. Penentuan sampel yang digunakan yaitu seluruh populasi tanpa harus menarik sampel penelitian sebagai unit observasi disebut sebagai teknik sensus dengan jumlah 86 responden. Pengambilan data pada penelitian ini dengan cara menyebar kuesioner pada seluruh responden. Metode analisis penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Terdapat pengaruh positif *quality product* terhadap *brand loyalty*, (2) Terdapat pengaruh positif *brand trust* terhadap *brand loyalty*, (3) Terdapat pengaruh positif *brand satisfaction* terhadap *brand loyalty*, (4) Terdapat pengaruh secara simultan *quality product*, *brand trust*, dan *brand satisfaction* terhadap *brand loyalty*.

Kata Kunci: *Quality Product*, *Brand Trust*, *Brand Satisfaction*, dan *Brand Loyalty*

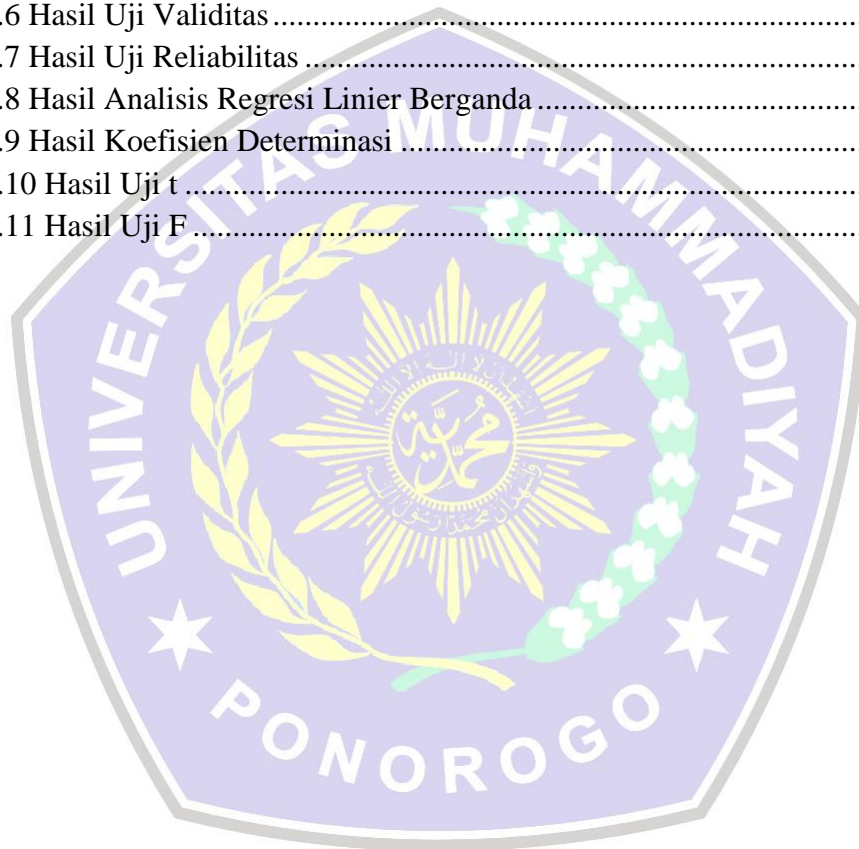
DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR.....	iv
KODE ETIK PENELITIAN	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori.....	9
1. Manajemen.....	9
2. Manajemen Pemasaran	10
3. Bauran Pemasaran.....	11
4. Perilaku Konsumen.....	13
5. <i>Brand Loyalty</i>	18
6. <i>Quality Product</i>	26
7. <i>Brand Trust</i>	37
8. <i>Brand Satisfaction</i>	43
B. Penelitian Terdahulu	45
C. Kerangka Pemikiran.....	48
D. Hipotesis.....	49
BAB III.....	54
METODE PENELITIAN	54
A. Ruang Lingkup Penelitian.....	54
B. Populasi dan Sampel Penelitian	54

1. Populasi.....	54
2. Sampel	54
C. Metode Pengumpulan Data	55
D. Teknik Pengambilan Data	56
E. Definisi Operasional Variabel.....	57
1. Variabel bebas (<i>Independent Variable</i>)	57
2. Variabel terikat (<i>Dependent Variable</i>).....	60
F. Metode Analisis Data	62
BAB IV.....	64
HASIL DAN PEMBAHASAN	64
A. Sejarah Singkat Instansi	64
B. Karakteristik Responden	64
C. Deskripsi Jawaban Responden.....	65
1. Variabel <i>Quality Product</i> (X1)	66
2. Variabel <i>Brand Trust</i> (X2).....	67
3. Variabel <i>Brand Satisfaction</i> (X3)	68
4. Variabel <i>Brand Loyalty</i> (Y)	70
D. Uji Instrumen.....	72
1. Uji Validitas	72
2. Uji Reliabilitas	74
E. Analisis Data	75
1. Analisis Regresi Linier Berganda	75
2. Koefisien Determinasi (R^2).....	77
F. Uji Hipotesis.....	79
1. Uji t (Parsial).....	79
2. Uji F (Simultan)	81
G. Pembahasan.....	82
BAB V	88
KESIMPULAN DAN SARAN	88
A. Kesimpulan.....	88
B. Saran.....	88
C. Keterbatasan Penelitian	89
DAFTAR PUSTAKA.....	90
LAMPIRAN	93

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	45
Tabel 3.1 Skala Likert	57
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	65
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Quality Product</i> (X1)	66
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Trust</i> (X2).....	67
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Satisfaction</i> (X3)	69
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Loyalty</i> (Y)	70
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas	73
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	74
Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	75
Tabel 4.9 Hasil Koefisien Determinasi	78
Tabel 4.10 Hasil Uji t	79
Tabel 4.11 Hasil Uji F	81



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Simplified Model.....	17
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	49

