

***LOYALTY, DAN BRAND ASSOCIATION TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN ULANG PUPUK PHONSKA PLUS  
(Studi pada konsumen UD Surya Tani Madiun)***



**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 : Rofik Ahmad Darwisy  
NIM : 18414779  
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO  
2022**

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND IMAGE*, *BRAND LOYALTY*, DAN *BRAND ASSOCIATION* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PUPUK PHONSKA PLUS  
(Studi pada konsumen UD Surya Tani Madiun)**



**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 : Rofik Ahmad Darwysy  
NIM : 18414779  
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO  
2022**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Image*, *Brand Loyalty*, dan *Brand Association* terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pupuk Phonska Plus (Studi pada konsumen UD Surya Tani Madiun)

Nama : Rofik Ahmad Darwysy

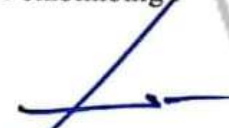
NIM : 18414779

Tempat, Tanggal Lahir : Madiun, 06 Mei 1999

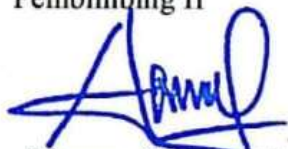
Program Studi : Manajemen

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

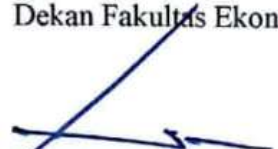
Pembimbing I

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


Ponorogo, 14 Juli 2022  
Pembimbing II


  
Riawan, S.Pd., MM  
NIDN. 0705128502


Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi

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

Dosen Pengaji

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

  
Nanning Kristiyana, SE., MM  
NIDN. 0721117501

  
Titis Purwaningrum, SE., M.MA  
NIDN. 0704047001

## RINGKASAN

Penelitian bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari brand awareness, brand image, brand loyalty, dan brand association terhadap pembelian ulang pupuk Phonska Plus pada konsumen UD Surya Tani. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Teknik pengambilan sampel pada penelitian menggunakan non probability sampling. Jenis pengambilan sampel yang digunakan yaitu accidental sampling sehingga diperoleh jumlah sebanyak 100 orang responden

Data dalam penelitian ini menggunakan data primer, dimana peneliti menyebar kuesioner untuk pengumpulan data. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa, (1) *Brand Awareness* ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap Pembelian Ulang (Y). (2) *Brand Image* ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap Pembelian Ulang (Y). (3) *Brand Loyalty* ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap Pembelian Ulang (Y). (4) *Brand Association* ( $X_4$ ) berpengaruh terhadap Pembelian Ulang (Y). (4) *Brand Awareness* ( $X_1$ ), *Brand Image* ( $X_2$ ), *Brand Loyalty* ( $X_3$ ), dan *Brand Association* ( $X_4$ ) berpengaruh terhadap Pembelian Ulang (Y)


Kata Kunci : *brand awareness, brand image, brand loyalty, brand association, pembelian ulang.*

## PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini hasil 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 atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 14 Juli 2022



  
Rofik Ahmad Darwisy  
NIM. 18414779

## MOTTO

*“Bersemangatlal atas hal – hal yang bermanfaat bagimu.  
Minta tolonglah kepada Allah, dan jangan engkau lemah”*

**HR. Muslim**

*“Memangnya kenapa jika hidup kita ini tidak sempurna ?,  
Toh, ini bukan kehidupan di surga”*

**Nouman Ali Khan**

*“Sesungguhnya hidup ini adalah sendagurau,  
Sekolah dan kuliah telah menyebabkannya menjadi serius”*

**Pidi Baiq**

*“Tenang saja, perpisahan tak menyedihkan,  
yang menyedihkan adalah bila habis itu saling lupa”*

**Pidi Baiq : Tenang Saja**



## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT yang selalu memberikan kekuatan, kelancaran, dan kemudahan kepada saya, akhirnya skripsi sederhana ini dapat terselesaikan dengan baik. 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. Bapak Gunadi dan Ibu Intiyah, orang yang paling berharga dalam hidup saya, yang selalu menasehati, memotivasi, mendukung secara penuh baik morel maupun materiel, serta doa yang tiada henti untuk kesuksesan saya. Ucapan terimakasih saja tentu tidak akan pernah cukup untuk membalas kebaikan orang tua, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, rezeki, dan Rahmat-Nya kepada kalian kedua orang tuaku
3. Keluarga besar atas segala do'a dan dukungan yang selalu memberikan semangat dan motivasi dalam menuntut ilmu
4. Diriku yang telah kuat dan mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik setelah melalui berbagai macam rintangan
5. Temanku Satria, Rico, dan Agustin yang selalu membantu saat pengerjaan skripsi ini
6. Rekan-rekan Manajemen E angkatan 2018 yang selalu memberikan dukungan dan menjadi penyemangat ketika malas mengerjakan skripsi



## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat terselesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND IMAGE*, *BRAND LOYALTY*, DAN *BRAND ASSOCIATION* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PUPUK PHONSKA PLUS (STUDI PADA KONSUMEN UD SURYA TANI)” sebagai salah satu persyaratan akademis dalam rangka menyelesaikan program sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penulis dengan ketulusan dan kerendahan hati ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada semua pihak yang telah dengan ikhlas memberikan masukan dan kontribusi berarti dalam proses penelitian dan penyusunan ini, antara lain :

1. Bapak Dr. Happy Susanto, M.A selaku rector Universitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo dan juga sebagai Dosen Pembimbing I yang memberikan arahan, petunjuk, bantuan, dan koreksi serta saran hingga skripsi ini dapat terselesaikan
3. Ibu Naning Kristiyana, SE., MM. Selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
4. Bapak Riawan, S.Pd., MM. Selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, petunjuk, bantuan dan koreksi serta saran hingga dapat terselesaikannya skripsi ini



5. Bapak dan Ibu dosen serta karyawan di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang senantiasa memberikan saran dan membantu dalam segala kebutuhan administrasi
  6. Orang tua yang saya hormati dan sayangi, yang selalu memberikan dukungan baik secara moral maupun materi
  7. Teman-teman seperjuangan kelas Manajemen E 2018 yang telah bersama-sama berjuang selama kuliah
  8. Pemilik Toko UD Surya Tani yang telah membantu memperlancar proses penelitian baik secara langsung maupun tidak
  9. Seluruh pihak yang telah memberikan bantuan serta dukungannya kepada penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu
- Semoga Allah SWT memberikan balasan pahala atas segala amal yang telah diberikan dan semoga skripsi ini berguna bagi diri saya sendiri maupun bagi pihak lain yang memanfaatkannya

Ponorogo, 14 Juli 2022



Rofik Ahmad Darwisy  
NIM. 18414779

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
RINGKASAN .....	ii
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN .....	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Landasan Teori.....	11
1. Pemasaran.....	11
2. Perilaku Konsumen.....	15
3. Bauran Pemasaran (marketing mix).....	18
4. <i>Brand Awareness</i> .....	22
5. <i>Brand Image</i> .....	24
6. <i>Brand Loyalty</i> .....	26
7. <i>Brand Association</i> .....	29
8. Pembelian Ulang.....	31
B. Penelitian Terdahulu.....	32
C. Kerangka Pemikiran.....	38
D. Hipotesis.....	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
A. Ruang Lingkup Penelitian.....	42
B. Populasi dan Sampel Penelitian.....	42
1. Populasi.....	42

2.	Sampel.....	42
C.	Metode Pengambilan Data.....	44
D.	Definisi Operasional Variabel.....	44
E.	Metode Analisis Data.....	48
1.	Uji Instrumen.....	49
2.	Uji Asumsi Klasik.....	51
3.	Analisis Data.....	53
4.	Uji Hipotesis.....	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		57
A.	Hasil Penelitian.....	57
1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	57
2.	Gambaran Umum Responden.....	58
3.	Identifikasi Jawaban Responden.....	65
4.	Pengujian Instrumen Data.....	74
5.	Uji Asumsi Klasik.....	78
6.	Metode Analisis Data.....	82
7.	Uji Hipotesis.....	85
B.	Pembahasan.....	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		98
A.	Kesimpulan.....	98
B.	Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA.....		101
LAMPIRAN.....		104

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 2 Skor Kuesioner .....	50
Tabel 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	58
Tabel 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	59
Tabel 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	60
Tabel 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Tanaman.....	61
Tabel 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Luas Lahan (Ha).....	62
Tabel 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian .....	64
Tabel 9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Awareness</i> .....	65
Tabel 10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Image</i> .....	67
Tabel 11 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Loyalty</i> .....	70
Tabel 12 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Association</i> .....	72
Tabel 13 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pembelian Ulang .....	73
Tabel 14 Hasil Uji Validitas .....	75
Tabel 15 Hasil Uji Reliabilitas.....	77
Tabel 16 Hasil Uji Normalitas .....	79
Tabel 17 Hasil Uji Multikolenieritas .....	80
Tabel 18 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	83
Tabel 19 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	85
Tabel 20 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	86
Tabel 21 Uji Simultan (Uji F).....	89

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Alur pendistribusian Pupuk Petrokimia Gresik .....	2
Gambar 2 Kerangka Pemikiran.....	38
Gambar 3 Normal P-Plot .....	78
Gambar 4 Scatterplot .....	82

