

**PENGARUH CITRA DAN KEPERCAYAAN TERHADAP  
LOYALITAS MEREK WAROENG STEAK & SHAKE DI  
YOGYAKARTA**

***THE INFLUENCE OF THE IMAGE OF AND TRUST IN THE  
BRAND LOYALTY WAROENG STEAK & SHAKE IN  
YOGYAKARTA***

**SKRIPSI**



Disusun Oleh:  
**IRVAN YASIR**  
20120410346

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2016**

## MOTTO

Ilmu itu lebih baik daripada harta. Ilmu menjaga engkau dan engkau menjaga harta. Ilmu itu penghukum (hakim) dan harta terhukum. Harta itu kurang apabila dibelanjakan tapi ilmu bertambah bila dibelanjakan.

(Ali Bin Abi Thalib)

Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah.

(Heather Pryor)

Sesuatu yang belum dikerjakan, seringkali tampak mustahil; kita baru yakin kalau kita telah berhasil melakukannya dengan baik.

(Andrew Jackson)

hiduplah seakan-akan kamu akan mati esok hari dan belajarlah seakan-akan kamu akan hidup selamanya

(Mahatma Gandhi)

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Dengan mengucapkan rasa Syukur Alhamdulillah skripsi  
ini kupersembahkan untuk:

Ibunda Mujiati yang selalu memberikan kasih sayang,  
do'a, bimbingan dan nasehat.

Ayahanda Tajudin terimakasih atas limpahan kasih  
sayang, do'a, bimbingan dan nasehat.

Keluarga tercinta yang selalu memberikan semangat dan  
dorongan.

Kakakku Siti Afnizar dan Ulmi Khoiriyah yang selalu  
memotivasi dan mendukungku.

Adikku Risky Salsabila yang aku banggakan.

Gameel Al Bassam keponakanku yang aku do'akan lekas  
sembuh dan menjadi anak yang soleh.

Dhea Agnes Santia Rani yang selalu mendoakan dan  
mendukungku

Sahabat seangkatan 2012,

Bapak Susanto sebagai dosen pembimbing, dan  
Almamaterku.

## **INTISARI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bukti-bukti empiris mengenai pengaruh citra merek terhadap loyalitas merek, mempercayai merek terhadap loyalitas merek. Selain itu, pengaruh citra merek dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek secara bersamaan. Penelitian ini dilakukan pada konsumen yang mengunjungi Waroeng Steak & Shake. Jumlah sampel di studi 100 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling di mana sampel diambil berdasarkan pada kriteria tertentu. Sedangkan kriteria-nya adalah orang yang berkunjung di Waroeng Steak & shake setidaknya 5 kali dalam setahun. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner disajikan kepada pengunjung & Waroeng Steak & Shake.

Berdasarkan hasil regresi linier berganda, Koefisien penentuan, t-test dan F-tes menunjukkan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel citra merek, kepercayaan merek, baik secara serentak atau parsial terhadap loyalitas merek. Sementara variabel yang paling dominan adalah variabel kepercayaan merek berpengaruh terhadap loyalitas merek.

Kata kunci: citra merek, kepercayaan merek, loyalitas merek

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat, rahmat, taufik dan hidayah-Nya penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek” dapat selesai dengan baik. Skripsi ini disusun guna untuk memenuhi salah satu dalam persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi program studi manajemen, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Walaupun mengalami hambatan dan cobaan dalam penulisan ini, namun berkat dorongan, arahan, bimbingan dari dosen pembimbing dan berkah dari Allah SWT sehingga kendala-kendala yang dihadapi dapat diatasi. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Nano Prawoto M.Si, sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dra. Retno Widowati P.A, M.Si, Ph.D, sebagai Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Yang telah memberikan dan kemudahan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Susanto M.S, sebagai dosen pembimbing skripsi yang telah sabar membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi.
4. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Khususnya dosen manajemen yang telah mendidik dan memberikan pembelajaran tentang kehidupan.
5. Semua pihak yang telah sudi memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dalam kata sempurna.  
Namun, penulis berharap menjadi manfaat yang dapat diambil dari skripsi ini.

Yogyakarta, 06 Agustus 2016

Irvan Yasir



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
INTISARI .....	viii
ABSTRACT .....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB IPENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Batasan Masalah .....	5
C. Rumusan Masalah .....	5
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. <i>Grand Theory</i> .....	7
B. Landasan Teori .....	8
1. Citra merek .....	8
2. Kepercayaan merek .....	9
3. Loyalitas merek .....	11
C. Kerangka Pemikiran .....	13
D. Penelitian Terdahulu.....	15
A. Hipotesis Penelitian.....	16
B. Model Penelitian.....	19
BAB III    METODE PENELITIAN .....	20
A. Objek dan Subjek Penelitian .....	20
B. Populasi .....	20
C. Sampel .....	20
D. Jenis Data.....	21
E. Teknik Pengambilan Sampel.....	21
F. Teknik Pengumpulan Data .....	22
G. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	23



H. Uji Kualitas Instrumen .....	25
1. Uji Validitas .....	25
2. Uji Reabilitas .....	26
I. Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	26
1. Analisis Regresi Linear Berganda .....	26
2. Uji F (pengujian secara simultan).....	27
3. Uji t (pengujian secara parsial) .....	27
4. Koefisien Determinan ( $R^2$ ) .....	27
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	 29
A. Gambaran Umum Waroeng Steak & Shake .....	29
B. Analisis Karakteristik Responden .....	37
C. Uji Kualitas Instrumen .....	38
1. Uji Validitas .....	38
2. Uji Reliabilitas .....	41
D. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis) .....	42
1. Analisis Regresi Linear Berganda .....	42
2. Uji F (pengujian secara simultan).....	43
3. Uji t (pengujian secara parsial) .....	44
4. Koefisien Determinan ( $R^2$ ) .....	45
E. Pembahasan .....	47
 BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN .....	 51
A. Simpulan.....	51
B. Saran .....	51
C. Keterbatasan Penelitian .....	52
 DAFTAR PUSTAKA .....	 53
 LAMPIRAN 1 .....	 56
LAMPIRAN 2 .....	59
LAMPIRAN 3 .....	65
LAMPIRAN 4 .....	67
LAMPIRAN 5 .....	71

## DAFTAR TABEL

3.1 Skala Likert .....	22
4.1 Data Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin, Pendidikan, Pekerjaan dan Usia .....	37
4.2 Hasil Uji Validitas Korelasi Citra Merek .....	39
4.3 Hasil Uji Validitas Korelasi Kepercayaan Merek .....	39
4.4 Hasil Uji Validitas Korelasi Loyalitas Merek .....	40
4.5 Hasil Uji Reliabilitas .....	41
4.6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda dan Hasil Uji t .....	42
4.7 Hasil Uji F (ANOVA) .....	44
4.8 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	45

## DAFTAR GAMBAR

2.1 <i>Grand Teori</i> .....	7
2.2 Model Penelitian .....	19