

**PENGARUH BRAND LOVE DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP
LOYALITAS MEREK**

(Survey pada pembeli produk eiger di pandaan, pasuruan)

SKRIPSI



MOKHAMMAD FAKHRUR ROZI

2014.69.10.0060

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK

UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

2019

**PENGARUH BRAND LOVE DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP
LOYALITAS MEREK**

(Survey pada pembeli produk eiger di pandaan, pasuruan)

SKRIPSI



MOKHAMMAD FAKHRUR ROZI

2014.69.10.0060

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK

UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

2019

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh *Brand love* dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek (pada konsumen di toko *Eiger Pandaan*, Pasuruan)
Disusun oleh : Mokhammad fahrur rozi
NIM : 201469100022
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis
Konsentrasi : Pemasaran

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan

Didepan tim penguji


Pasuruan, 21 Agustus 2019

Menyetujui
Kaprodik,



Nur Ajjah, S.Sos, M.AB
NIDN.069.15.02.001

Pembimbing,



Nur Ajjah, S.Sos, M.AB
NIDN.069.15.02.001

LEMBAR PENGESAHAN

TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN PENGUJI SKRIPSI, FAKULTAS
ILMU SOSIAL DAN POLITIK UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN
PADA :

HARI : Sabtu

TANGGAL : 21 Agustus 2019

JAM : 09.00

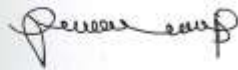
JUDUL : PENGARUH *Brand love* dan kepercayaan merek terhadap
loyalitas merek (pada konsumen di toko *Elger Pasuruan*, Pasuruan)

DINYATAKAN LULUS

MENGESAHKAN

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Ketua Penguji

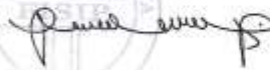


Any Urwatul Wusko., S.sos M.AB
NIDN. 069.11.03.037

Penguji I



Miftahul huda, S.Sos., M.AB
NIP. Y 069.10.00.039



Any Urwatul Wusko., S.sos M.AB
NIDN. 069.11.03.037

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : Mokhammad fahrur rozi

NIM : 2014.691.000.60

Fakultas : Ilmu Sosial dan politik

Program Studi : Administrasi Bisnis

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa yang saya tulis ini benar-benar hasil karya saya sendiri, menggunakan referensi yang jelas dan bukan merupakan pengambilan karya tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pasuruan 15 Agustus 2019



Mokhammad fahrur rozi
NIM.2014.69.10.00.60

HALAMAN PERSEMBAHAN

KU PERSEMBAHKAN SKRIPSI INI UNTUK KEDUA ORANG TUAKU
KARENA PERJUANGANKU, KERINGATKU BUKANLAH APA-APA JIKA
DIBANDINGKAN DENGAN PERJUANGAN MEREKA HINGGA SAAT INI.
TERIMAKASIH.....

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *brand love* dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek . Jenis penelitian yang digunakan ini adalah regresi linier berganda dibantu pengolahnya dengan program SPSS (statistical package for social sciences) versi 22 sehingga diperoleh data primer. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di Toko EIGER Pandan. Teknik penentuan sampel dilakukan dengan sensus dan cara pengumpulan data peneliti menggunakan kuisioner. Variabel independen dalam penelitian ini ada dua, yaitu *brand love* dan kepercayaan merek. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini yaitu loyalitas merek.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *brand love* dan kepercayaan merek secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek diterima. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil uji F dengan nilai sig. 0,00 lebih kecil dari standar signifikansi 0,05 yang menunjukkan hasil yang signifikan. Persepsi konsumen, keanekaragaman dan brand image memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.

Kata kunci: Pengaruh *brand love* dan kepercayaan merek berpengaruh terhadap loyalitas merek.

ABSTRACT

The purpose of this study is analyze and datermine the effect of brand love and brand trust on brand loyalty. This type of research used is multiple linier regression assisted by the processor with SPSS program (statisical package for socialsciences) version 22 in order to obtain primary data . the populationin this study is consumers in the pandaan EIGER Shop. The technique of determining the sample is done by cencus and the way the reasecher collected data using a questionnaire. There are two independent variables in this study, namely brand love and brand trus. While the dependent variable in this study brand loyalty.

The results of this study stated that brand love and brand trust simultaneously had a positive and significant effect on brand loyalty received. This can be proven by the result s of the F test with sig. 0.00 is smaller than the 0.05 significance standard which shows significant results. Consumers perceptions, diversity and brand image have a significant influence on consumers buying interest.

Keywords : The influenc of brand love and brand trust affect brand loyalty.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Country Of Origin, Event Sponsorship* dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Kepada Mahasiswa pengguna Smartphone Samsung di Universitas Yudharta Pasuruan).**

Tujuan penulisan skripsi ini adalah sebagai syarat akademis dalam memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis (S.AB) pada Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Yudharta Pasuruan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Sehubungan dengan itu penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Saifulah, MHI selaku Rektor Universitas Yudharta Pasuruan.
2. Ibu Any Urwatul Wusko, S.Sos., M.AB selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Yudharta Pasuruan.
3. Ibu Nur Ajizah, S.Sos., M.AB selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Yudharta Pasuruan.
4. Bapak M. Sulhan S.Sos., M.AB selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan, memberi semangat dan dorongan kepada penulis dalam penyusunan skripsi hingga selesai.

5. Seluruh Dosen Pengajar Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Semua pihak yang telah membantu terselesainya skripsi ini yang tidak dapat penulis sebut satu persatu.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan mengingat keterbatasan pengetahuan yang penulis peroleh sampai saat ini. Demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Pasuruan, 12 Agustus 2019

Penulis

DAFTAR ISI

Sampul Depan	
Tanda Persetujuan	
DAFTAR ISI	
KATA PENGANTAR	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
BAB I: PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.1.1 Penelitian Terdahulu	22
2.1.2 Perbandingan Penelitian.....	26
2.2 Kajian Teoritik	29
2.2.1 Pemasaran	29
2.2.2 Brand love	30
2.2.3 Kepercayaan merek.....	32
2.2.4 Loyalitas merek.....	34
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	36
2.3.1 Brand love Berpengaruh Signifikan Loyalitas merek.....	36
2.3.2 Kepercayaan merk Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas merek	38
2.4 Kerangka Konseptual Penelitian Dan Hipotesis Penelitian	42
BAB III: METODE PENELITIAN	

3.1 Jenis Penelitian.....	43
3.2 Lokasi Penelitian.....	43
3.3 Variabel dan Pengukuran.....	44
3.4 Populasi dan Sampel.....	44
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.6 Teknik Analisis	49
4 BAB IV.....	57
4.1 Gambaran.....	57
4.2 Hasil uji validitas dan reabilitas.....	60
4.3 Analisis descriptive	62
4.4 Uji Asumsi klasik.....	71
4.5 uji analisis linier berganda	73
4.6 Interpretasi data	76
4.7 Pembahasan hasil penelitian	77
4.8 Implikasi	78
5. Bab V	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran	79