



UNIVERSITAS
PGRI ADI BUANA
SURABAYA

SKRIPSI

**Pengaruh *Brand Name*, *Brand Trust*, Gaya Hidup
Brand Minded Terhadap Loyalitas Konsumen
Produk *Lipcream Pixy* Pada Remaja Putri Di Desa
Janti Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo**

**Arma Kasih Murni Wijaya
161500096**

**Dosen Pembimbing
Dra. Christina Menuk Srihandayani, SE., M.M
Bisma Arianto, SE., M.M**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2020**

**PENGARUH BRAND NAME, BRAND TRUST, DAN GAYA
HIDUP BRAND MINDED TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN PRODUK LIPCREAM PIXY PADA REMAJA
PUTRI DI DESA JANTI KECAMATAN WARU KABUPATEN
SIDOARJO**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen (SM) Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas PGRI Adibuana Surabaya

ARMA KASIH MURNI WIJAYA

NIM : 161500096

PROGAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA

TAHUN 2020

Lampiran 2

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk diuji :

Tanggal : 23 - 7 . 2020

Dosen Pembimbing I,



Dra. Christina Menuk S, S.E., M.M.
NIP : 195808081982032001

Dosen Pembimbing II,



Bisma Arianto, SE., MM.
NPP : 1302663/DY

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Name, Brand Trust Dan Gaya Hidup Brand Minded* Terhadap Loyalitas Konsumen Produk *Lipcream Pixy* Pada Remaja Putri Di Desa Janti Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo.

Identitas Mahasiswa

- a. Nama : Arma Kasih Murni Wijaya
- b. NIM : 161500096
- c. Program Studi : Manajemen
- d. Fakultas : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas PGRI Adibuanan
Surabaya
- e. Alamat e-mail : armakasih@gmail.com

Mengetahui,
Ketua Program Studi

I Made Agus Ewiarta, S.E., M.M.
NPP : 11095981D1

Surabaya, 04 September 2020
Dosen Pembimbing,

Dra. Christina Menuk S, S.E., M.M.
NIP : 195808081982032001



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

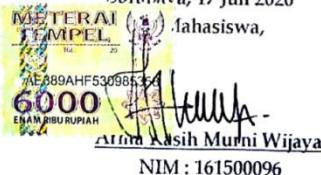
Nama : Arma kasih Murni Wijaya
NIM : 161500096
Program Studi : Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adibuan Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul ‘*Pengaruh Brand Name, Brand Trust Dan Gaya Hidup Brand Minded Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Lipcream Pixy Pada Remaja Putri Di Desa Janti Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo*’ yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun Akademik 2019/2020 bersifat original.

Bila mana dikemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini (ditemukan plagiasi), maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya.

Surabaya, 17 Juli 2020



KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa dengan segala limpahan petunjuk dan bimbingan serta berbagai kenikmatan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Brand Name, Brand Trust Dan Gaya Hidup Brand Minded Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Lipcream Pixy Pada Remaja Putri Di Desa Janti Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo”**.

Selama proses penulisan hingga terselesaiannya skripsi ini, penulis banyak mendapat motivasi dan dukungan dari beberapa pihak, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat :

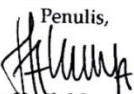
1. Bapak Dr. Marianus Subandowo, MM. Selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Bapak Drs. H. Teguh Purwanto, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Bapak I Made Bagus Dwiarta, SE., MM. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Ibu Dra. Christina Menuk Sri H., SE., MM. Dan Bapak Bisma Arianto., SE., MM. selaku Dosen Pembimbing saya terima kasih telah memberikan koreksi dan membantu selama melakukan penulisan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Kedua orang tua tercinta, Ayah, Ibu dan adiku Ghani Nouval Wijaya terimakasih banyak atas segala doa yang tidak pernah berhenti selalu memberikan motivasi, semangat dan nasehat yang terbaik.

6. Remaja variable Pengurus Desa Janti, terimakasih telah membantu proses penelitian dan memberikan ijin untuk melakukan penelitian pengambilan pengelola data.
7. M. Alfin Putra Pambudi, Elis Andriani, Alfina Novita Dewi terimakasih atas doa dan dukungan yang selalu diberikan.
8. Pak Tri dan Bu Rini terimakasih telah memberikan pekerjaan sehingga saya mampu membiayai kuliah saya, terimakasih sudah memberi banyak pelajaran dalam hidup saya.
9. Teman-teman Manajemen 2016/ G Riska Ambarwati, Aryunika Putri Retnani, Dwi Putri, Anggi, Nilam Andini, Suci, Novia Adlina, Isma Aprilia, Novi, terimakasih untuk dukungan, semangat dan kekompakannya semoga kesolidan ini tidak cepat berakhir.
10. Serta semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini dan seluruh teman-teman dari berbagai jurusan yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang sangat penulis harapkan. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, 17 Juli 2020

Penulis,



Arma Nasih Murni Wijaya

MOTTO

Sekolahpun keliru jika ia tidak tahu diri bahwa perannya tidak seperti yang diduga selama ini. Ia bukan penentu gagal tidaknya seseorang anak. Ia tidak berhak menjadi perumus masa depan.

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Berita Acara Ujian Skripsi.....	iii
Pernyataan Keaslian.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Motto	vii
Abstract.....	viii
Abstrak	ix
Daftar Isi	x
Daftar Tabel.....	xiv
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lampiran	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6

BAB II TELAAH PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	16
2.2.1 Manajemen Pemasaran	17
2.2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	17
2.2.2 Pemasaran	16
2.2.2.1 Pengertian Pemasaran.....	16
2.2.3 Merek (<i>Brand</i>)	18
2.2.3.1 Pengertian Merek (<i>Brand</i>)	17
2.2.3.2 Manfaat Merek (<i>Brand</i>)	19
2.2.3.3 Syarat-syarat memilih merek.....	20
2.2.4. Keputusan strategi merek.....	21

2.2.5 <i>Brand Name</i>	21
2.2.5.1 Pengertian <i>Brand Name</i>	21
2.2.5.2 Indikator <i>Brand Name</i>	22
2.2.6 <i>Brand Trust</i>	25
2.2.6.1 Pengertian <i>Brand Trust</i>	25
2.2.6.2 Indikator <i>Brand Trust</i>	26
2.2.6.3 Faktor <i>Brand Trust</i>	30
2.2.7 Gaya Hidup <i>Brand Minded</i>	30
2.2.7.1 Pengertian Gaya hidup <i>brand minded</i>	30
2.2.7.2 Indikator Gaya Hidup <i>Brand Minded</i>	31
2.2.7.3 faktor-faktor yang mempengaruhi Gaya hidup <i>brand minded</i>	35
2.2.8 Loyalitas Konsumen	37
2.2.8.1 Pengertian loyalitas konsumen	37
2.2.8.2 Indikator loyalitas konsumen.....	38
2.2.8.3 Ciri-ciri loyalitas konsumen	39
2.2.8.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi Loyalitas Konsumen.....	40
2.3 Hubungan antar variable	42
2.3.1 Pengaruh <i>brand name</i> terhadap Loyalitas konsumen.....	42
2.3.2 Pengaruh <i>brand trust</i> terhadap Loyalitas konsumen.....	42
2.3.3 Pengaruh gaya hidup <i>brand minded</i> Terhadap loyalitas konsumen.....	42
2.3.4 Kerangka konseptual.....	43
2.4 Hipotesis	44

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan penelitian.....	47
3.2 Populasi, sampel dan teknik	
Pengambilan sampel.....	50
3.2.1 Populasi	50
3.2.2 sampel.....	50
3.2.3 Teknik pengambilan sampel	51
3.3 jenis data dan sumber data	51
3.3.1 Jenis data	51
3.3.2 Sumber data	52
3.4 Teknik Pengumpulan data	53
3.4.1 Teknik mengumpulkan data.....	53
3.4.2 Prosedur pengumpulan data	54
3.4.3 Lokasi dan waktu penelitian.....	55
3.5 Variabel penelitian dan	
Definisi operasional variable	56
3.5.1 variabel penelitian.....	55
3.5.2 Definisi operasional variable.....	56
3.6 Teknik analisis data	59
3.6.1 Uji Instrumen	60
3.6.2 Uji asumsi klasik	61
3.6.3 Analisis regresi linier berganda	62
3.6.4 Pengujian hipotesis	63

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum.....	65
4.1.1 Profil Desa Janti KecamatanWaru.....	65
4.1.2 VISI dan MISI	66
4.1.3 Deskripsi Responden.....	67
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	68
4.2.1 Variabel <i>Brand Name</i>	68

4.2.2 Variabel <i>Brand Trust</i>	69
4.2.3 Variabel Gaya Hidup <i>Brand Minded</i>	71
4.2.4 Variabel Loyalitas Konsumen	72
4.2.5 Analisis Data Penelitian.....	73
4.3 Uji Instumen Penelitian.....	73
4.4 Uji Asumsi Klasik	79
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	83
4.6 Pengujian Hipotesis.....	86
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	88
4.7.1 Pembahasan Deskriptif.....	88
4.6.2 Pembahasan	88
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	93
5.2 Saran	93

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan	12
3.1 Skala <i>likert</i>	54
4.1 Tabel Pekerjaan.....	67
4.2 Tabel Usia.....	68
4.3 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Brand Name</i>	69
4.4 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Brand Trust</i>	70
4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Gaya Hidup <i>Brand Minded</i>	71
4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Loyalitas Konsumen.....	72
4.7 Tabulasi	73
4.8 Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y	75
4.9 Hasil Uji Reabilitas Variabel X dan Y	78
4.10 Hasil Uji Normalitas.....	79
4.11 Hasil Uji Autokorelasi	80
4.12 Hasil Uji Multikolinieritas.....	81
4.13 Hasil Uji Heterokedatisitas	82
4.14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	83
4.15 Hasil Uji Rsquare	85
4.16 Tabel Interpretasi Koefesien korelasi	85
4.17 Hasil Ujít.....	86
4.18 Hasil Uji F.....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual.....	44
3.1 Rancangan penelitian.....	49

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Berita Acara Bimbingan revisi sidang
- Lampiran 2 Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran 3 Lembar persetujuan Skripsi
- Lampiran 4 Matriks Penelitian
- Lampiran 5 Surat Keterangan Ijin Penelitian
- Lampiran 6 Surat Balasan ijin Penelitian
- Lampiran 7 Daftar Hadir Ujian Proposal
- Lampiran 8 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 9 Rekapitulasi Tabel Skor Jawaban Responden
- Lampiran 10 Output Pengolahan Data SPSS

