



**UNIVERSITAS  
PGRI ADI BUANA  
SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust*, dan  
Garansi Terhadap *Brand Loyalty Handphone*  
Merek Xiaomi di Surabaya**

**Rahadian Destyca Artaningrum  
151500006**

**Dosen Pembimbing:  
I Ketut Surabagiarta, Drs, SE, MM**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
2019**

**PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND TRUST, DAN  
GARANSI TERHADAP BRAND LOYALTY  
HANDPHONE MEREK XIAOMI DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan  
memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Rahadian Destyca Artaningrum

NIM : 151500006

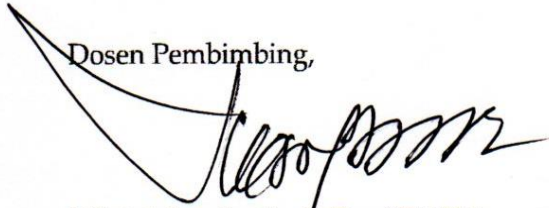
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA  
2019**

## LEMBAR PERSETUJUAN

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

Tanggal : 24 Juli 2019

Dosen Pembimbing,



I Ketut Surabagiarta, Drs, SE, MM.,

NPP/NIP : 1701834/DY

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image, Brand Trust,  
dan Garansi Terhadap Brand  
Loyalty Handphone Merek Xiaomi  
di Surabaya.

**Identitas Mahasiswa**

- a. Nama : Rahadian Destyca Artaningrum
- b. NIM : 151500006
- c. Program Studi : Manajemen
- d. Fakultas : Fakultas Ekonomi Universitas PGRI  
Adi Buana Surabaya
- e. Alamat e-mail : rahadiandestyca11@gmail.com



Mengetahui,  
Ketua Program Studi,

Tony Susilo Wibowo, SE, M.Pd, MSM.  
NPP/NIP:0709494/DY

Surabaya, 03 September 2019  
Dosen Pembimbing

I Ketut Surabagiartha, Drs, SE, MM.  
NPP/NIP:1701834/DY



Mengetahui,  
Dekan,

Dra. Siti Istikhoroh, M.Si  
NIP. 19671019.199203.2001

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rahadian Destyca Artaningrum  
NIM : 151500006  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi  
Buana Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul : “Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Garansi Terhadap Handphone Merek Xiaomi di Surabaya” yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun Akademik 2018/2019.

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini (ditemukan unsur plagiasi), maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai ketentuan hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 24 Juli 2019

Mahasiswa,



Rahadian Destyca Artaningrum

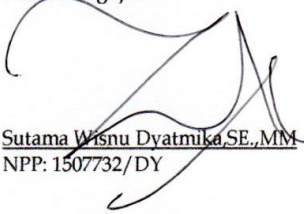
NIM : 151500006

## BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI


Skripsi ini diterima dan disetujui oleh Panitia Ujian Skripsi  
Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas  
Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya:

Pada Hari : Senin  
Tanggal : 29 Juli 2019

Mengetahui,  
Dosen Penguji I

  
Sutama Wisnu Dyatmika, SE., MM  
NPP: 1507732/DY

Dosen Penguji II

  
Drs. Sigit Prihanto Utomo, SE, M.Si  
NPP: 8706188/DY

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Robbil'alamiin, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT dengan segala limpahan petunjuk dan bimbingan serta berbagai kenikmatan yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: **"Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Garansi Terhadap Brand Loyalty Handphone Merek Xiaomi di Surabaya"**.

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

1. Hj.Selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Dra. Siti Istikhoroh, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Toni Susilo Wibowo, SE, M.Pd, MSM selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. I Ketut Surabagiarta, Drs, SE, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan koreksi dan membantu selama melakukan penulisan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Kedua Orangtua saya yang telah memberikan dukungan moril maupun materil.
6. Sahabat-sahabat tercinta yang selalu mendukung dan memberi semangat dalam penyusunan skripsi ini.
7. HIMA Manajemen dan kakak-kakak senior yang telah memberikan pengalaman dan dukungan kepada saya.
8. Seluruh teman-teman kelas Manajemen A 2015 yang turut membantu proses penyelesaian skripsi ini.

9. Teman-teman Dompok Dhuafa Volunteer yang selalu mendukung dan memberi semangat dalam penyusunan skripsi ini.
10. Semua pihak yang telah mendukung dan membantu dalam penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

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

Surabaya, 24 Juli 2019  
Penulis,



## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
Sampul Depan	
Halaman Judul .....	i
Halaman Pengesahan .....	ii
Berita Acara Ujian Skripsi .....	iii
Surat Pernyataan Keaslian .....	iv
Kata Pengantar .....	v
<i>Abstract</i> .....	vii
Abstrak .....	viii
Daftar Isi .....	ix
Daftar Tabel .....	xiii
Daftar Gambar .....	xiv
Daftar Lampiran .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Landasan Teori .....	17
2.2.1 <i>Brand Image</i> .....	17
2.2.1.1 Pengertian <i>Brand Image</i> .....	17
2.2.1.2 Indikator <i>Brand Image</i> .....	19
2.2.2 <i>Brand Trust</i> .....	21
2.2.2.1 Pengertian <i>Brand Trust</i> .....	21
2.2.2.2 Indikator <i>Brand Trust</i> .....	22
2.2.2.3 Tujuan <i>Brand Trust</i> .....	22
2.2.3 Garansi .....	24

2.2.3.1	Pengertian Garansi .....	24
2.2.3.2	Indikator Garansi .....	25
2.2.4	<i>Brand Loyalty</i> .....	25
2.2.4.1	Pengertian <i>Brand Loyalty</i> .....	25
2.2.4.2	Fungsi <i>Brand Loyalty</i> .....	26
2.2.4.3	Indikator <i>Brand Loyalty</i> .....	27
2.3	Kerangka Konseptual .....	30
2.4	Hipotesis .....	30
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Rancangan Penelitian .....	33
3.2	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	35
3.2.1	Populasi .....	35
3.2.2	Sampel .....	35
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel .....	36
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	36
3.3.1	Jenis Data .....	36
3.3.2	Sumber Data .....	36
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.4.1	Prosedur Pengumpulan Data .....	37
3.4.2	Alat Pengumpul Data .....	37
3.4.3	Lokasi dan Waktu Penelitian .....	39
3.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	
Variabel	.....	39
3.5.1	Variabel Penelitian .....	39
3.5.2	Definisi Operasional Variabel .....	40
3.5.2.1	<i>Brand Image</i> .....	40
3.5.2.2	<i>Brand Trust</i> .....	41
3.5.2.3	Garansi .....	41
3.5.2.4	<i>Brand Loyalty</i> .....	41
3.6	Teknik Analisis Data .....	42
3.6.1	Pengujian Instrumen Penelitian .....	43
3.6.2	Uji Asumsi Klasik .....	45

3.6.3 Analisis Data Menggunakan Regresi Linier	
Berganda .....	48
3.6.4 Pengujian Hipotesis .....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian.....	51
4.1.1 Karakteristik Responden.....	51
4.2.1.1 Jenis Kelamin Responden .....	51
4.2.1.2 Usia Responden .....	52
4.2.1.3 Pendapatan Responden .....	53
4.2 Analisis Deskriptif .....	54
4.2.1 Skor Responden Terhadap Variabel <i>Brand Image</i> .....	54
4.2.2 Skor Responden Terhadap Variabel <i>Brand Trust</i> .....	55
4.2.3 Skor Responden Terhadap Variabel <i>Garansi</i> .....	57
4.2.4 Skor Responden Terhadap Variabel <i>Brand Loyalty</i> .....	58
4.3 Analisis Data dan Hasil Penelitian .....	59
4.3.1 Persiapan Analisis Data .....	59
4.3.2 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian .....	65
4.3.2.1 Uji Validitas .....	66
4.3.2.2 Uji Reliabilitas .....	68
4.3.3 Uji Asumsi Klasik .....	69
4.3.3.1 Uji Normalitas .....	69
4.3.3.2 Uji Multikolinieritas .....	71
4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	72
4.3.3.3 Uji Autokorelasi .....	74
4.3.4 Analisis regresi linier berganda .....	75
4.3.5 Pengujian Hipotesis .....	76
4.3.5.1 Uji T .....	76
4.3.5.2 Uji F .....	79
4.3.5.2 Analisis Koefisien Determinasi .....	80
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian .....	80

BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan .....	83
5.2 Saran .....	84
DAFTAR PUSTAKA .....	85
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
<b>Tabel</b>	
2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Sekarang.....	14
3.1 Tabel <i>Skala Likert</i> .....	38
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin...	51
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	52
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	53
4.4 Skor Responden Terhadap Variabel Brand Image .....	54
4.5 Skor Responden Terhadap Variabel Brand Trust.....	55
4.6 Skor Responden Terhadap Variabel Garansi.....	57
4.7 Skor Responden Terhadap Variabel Brand Loyalty.....	58
4.8 Tabulasi Total Skor Hasil Pengisian Angket Responden.....	60
4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image .....	65
4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Trust.....	66
4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Garansi.....	67
4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Loyalty .....	67
4.13 Hasil Uji Reliabilitas.....	69
4.14 Hasil Uji Normalitas.....	70
4.15 Hasil Uji Multikolonieritas .....	72
4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	73
4.17 Hasil Uji Autokorelasi.....	74
4.18 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	75
4.19 Hasil Uji T .....	77
4.20 Hasil Uji F.....	79

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
1.1 Grafik Marketing Search Xiaomi 2017-2018 di Indonesia .....	3
2.1 Kerangka Konseptual .....	30
3.1 Rancangan Penelitian .....	34
4.1 Uji Normalitas Histogram .....	70
4.2 Uji Normalitas P-Plot .....	71
4.3 Uji Heteroskedastisitas Skatter Plot.....	73

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Lembar Persetujuan
Lampiran 2	Berita Acara Bimbingan Skripsi
Lampiran 3	Berita Acara Seminar Proposal Skripsi
Lampiran 4	Matrik Penelitian
Lampiran 5	Daftar Hadir Peserta Seminar Proposal
Lampiran 6	Kuesioner Penelitian
Lampiran 7	Tabulasi Variabel Brand Image
Lampiran 8	Tabulasi Variabel Brand Trust
Lampiran 9	Tabulasi Variabel Garansi
Lampiran 10	Tabulasi Variabel Brand Loyalty
Lampiran 11	Uji Instrumen Penelitian
Lampiran 12	Uji Reliabilitas
Lampiran 13	Uji Asumsi Klasik
Lampiran 14	Analisis Regresi Linier Berganda, Uji T, Uji F