

**PENGARUH PROMOSI, *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP *BRAND LOYALTY* DETERJEN MEREK
RINSO DI KELURAHAN TANJUNG SENGKUANG KOTA
BATAM**

SKRIPSI



Oleh :

Meilani Wulandari

180910193

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

**PENGARUH PROMOSI, *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP *BRAND LOYALTY* DETERJEN MEREK
RINSO DI KELURAHAN TANJUNG SENGKUANG KOTA
BATAM**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat

Memperoleh gelar sarjana



Oleh :

Meilani Wulandari

180910193

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Meilani Wulandari

NPM : 180910193

Fakultas : Ilmu Sosial Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul

“PENGARUH PROMOSI, BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP BRAND LOYALTY DETERJEN MEREK RINSO DI KELURAHAN TANJUNG SENGGUANG KOTA BATAM”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat saya pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip di dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digunakan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundangundangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 17 Januari 2023



Meilani Wulandari
180910193

**PENGARUH PROMOSI, *BRAND IMAGE* DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP *BRAND LOYALTY*
DETERJEN MEREK RINSO DI KELURAHAN
TANJUNG SENGKUANG KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana**

**Oleh :
Meilani Wulandari
180910193**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
Seperti tertera di bawah ini**

Batam, 17 Januari 2023



**Prof. Asosiat Dr. Suhardi, S.E., M.M.
Pembimbing**



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, brand image dan kualitas terhadap *brand loyalty* deterjen merek rinso. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada responden berjumlah 100 sampel yang menggunakan deterjen rinso. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Peneliti dapat menggunakan metode sampling aksidental, di mana siapa pun yang mereka temui secara kebetulan dapat dimasukkan dalam sampel jika ditentukan bahwa kelompok tersebut memiliki ciri-ciri yang diperlukan untuk penelitian tersebut. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif dan analisis kuantitatif dengan regresi berganda. Secara parsial hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi dan kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand loyalty* dan brand image tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Secara simultan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi, brand image dan kualitas berpengaruh signifikan terhadap *brand loyalty*.

Kata Kunci : Promosi, Citra Merek, kualitas dan *brand loyalty*.

ABSTRACT

This research intends to examine how advertising, brand image, and quality influence customer loyalty for Rinso brand detergent. Information was gathered from 100 samples of Rinso detergent by means of a questionnaire sent out to random recipients. This study employs the accidental sampling method, whereby any individuals who happen to cross paths with the researcher are eligible for inclusion in the sample if it is determined that the encountered sample has the necessary features. Descriptive statistics and multivariate statistical analysis are used as analytic techniques. Promotion and quality were shown to have a positive and statistically significant influence on customer loyalty, but brand image was found to have no effect. At the same time, the findings demonstrated that brand loyalty was significantly influenced by advertising, brand image, and product quality.

Keywords: *Promotion, brand image, quality and brand loyalty*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa (YME) memberikan segala karunia beserta rahmatNya, hingga periset mampu menuntaskan tugas akhir sebagai persyaratan menggapai S1 di Prodi Manajemen UPB.

Periset sadar bahwasanya ini masih belum mencapai kesempurnaan. Sehingga kritik maupun masukan akan diterima secara baik, dengan segala keterbatasan, periset sadar ini pun tidak akan terealisasikan tanpa petunjuk, arahan, bantuan, maupun dorongan dari individu, sampai periset menyampaikan rasa berterima kasih kepada.

Seluruh kerendahan hati, penulis mengucapkan rasa berterima kasih terhadap:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI., sebagai Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom., sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora di Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si., sebagai Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
4. Bapak Prof. Asosiat Dr. Suhardi, S.E., M.M., sebagai pembimbing skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Bapak Heryenzus, S.Kom., M.Si., sebagai dosen metodologi penelitian yang Heryenzus, S.Kom., M.Si., selaku dosen metodologi penelitian yang;
6. Semua Dosen beserta Staff Universitas Putera Batam yang telah menyampaikan keilmuan pengetahuan untuk penulis;
7. Orang tua beserta keluarga yang senantiasa menyampaikan doa dan mendukung sepenuhnya terhadap penulis;
8. Kakak kandung saya Wilda Febriani yang selalu membantu saya dalam proses pembauatan skripsi ini;
9. Teman-teman se-angkatan penulis yang selalu mendukung hingga selesai pada penelitian ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam 15 Januari 2023

Meilani Wulandari



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

	Halaman
SURAT PERNYATAAN ORSINALITAS.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Manfaat Penelitian	7
1.6.1 Manfaat Secara Teoritis	7
1.6.2 Manfaat Secara Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Kajian Teori.....	8
2.1.1 Promosi.....	8
2.1.1.1 Pengertian Promosi.....	8
2.1.1.2 Indikator Promosi	9
2.1.2 Brand Image	9
2.1.2.1 Pengertian Brand Image	9
2.1.2.2 Indikator Brand Image.....	11
2.1.3 Kualitas Produk	11
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Produk	11
2.1.3.2 Indikator Kualitas Produk.....	12

2.1.4	Brand Loyalty	13
2.1.4.1	Pengertian Brand Loyalty	13
2.1.4.2	Indikator Brand Loyalty	14
2.2	Penelitian Terdahulu	14
2.3	Kerangka Berfikir	16
2.3.1	Pengaruh Promosi Terhadap Brand Loyalty.....	17
2.3.2	Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Loyalty	17
2.3.3	Pengaruh KualitasProduk Terhadap Brand Loyalty	18
2.3.4	Pengaruh Promosi, Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Brand Loyalty.....	18
2.4	Hipotesis Penelitian	18
BAB III METODE PENELITIAN		20
3.1	Jenis Penelitian	20
3.2	Sifat Penelitian.....	20
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian	20
3.3.1	Lokasi Penelitian	20
3.3.2	Periode Penelitian	20
3.4	Populasi dan Sampel.....	20
3.4.1	Populasi x	20
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel	21
3.4.3	Teknik Sampling.....	22
3.5	Sumber Data	22
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	23
3.6.1	Wawancara	23
3.6.2	Observasi	23
3.6.3	Kuesioner.....	23
3.7	Definisi Oprasional Variabel Penelitian	23
3.7.1	Variabel Independen/Bebas	23
3.7.2	Variabel Dependen	23
3.8	Metode Analisi Data	24
3.8.1	Analisi Deskriptif Kuantitatif.....	24
3.8.2	Uji Kualitas Data	25
3.8.2.1	Uji Realibilitas Data.....	25

3.8.3	Uji Asumsi Klasik	25
3.8.3.1	Uji Normalitas	26
3.8.3.2	Uji Multikolinieritas	26
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas	26
3.8.4	Uji Pengaruh	26
3.8.4.1	Uji Regresi Berganda.....	27
3.8.4.2	Uji Koefesien Determinasi (R^2).....	27
3.9	Uji Hipotesis	28
3.9.1	Uji F (Uji Serempak)	28
3.9.1.1	H0 ditolak F hitung F tabel	28
3.9.1.2	H0 Diterima bila F hitung <F tabel.....	29
3.9.2	Uji-T (Uji Persial).....	29
3.9.3	Kriteria Pengujian	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DANPEMBAHASAN.....		32
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	32
4.1.2	Sejarah PT Uniliver Indonesia Tbk	32
4.1.2	Logo PT Uniliver.....	32
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden	33
4.2.1	Status Tempat Tinggal Responden	33
4.2.2	Tingkat Pendidikan.....	34
4.2.3	Jumlah Pengeluaran Per Bulan	35
4.2.4	Distribusi Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Deterjen Rinso	35
4.2.5	Distribusi Responden Alasan Mnegunakan Rinso	36
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	36
4.3.1	Analisis Deskriptif Variabel Promosi (X1)	37
4.3.2	Analisis Deskriptif Variabel Brand Image (X2)	37
4.3.3	Analisi Deskriptif Variabel Kualitas (X3).....	38
4.3.4	Analisi Deskriptif Variabel Loyalitas (Y)	39
4.4	Analisi Data	40
4.4.1	Instrumen Penelitian	40
4.4.2	Hasil Uji Normalitas	43
4.4.3	Hasil Uji Multikolinieritas.....	44
4.4.4	Hasil Uji Heteroskedastitas	45

4.5	Pengujian Hipotesis	46
4.5.1	Uji Analisa Regresi Linier Berganda	46
4.5.2	Uji t.....	48
4.5.3	Uji F	49
4.5.4	Hasil Uji Determinasi	50
4.6	Pembahasan	50
4.6.1	Pengaruh Promosi Terhadap <i>brand loyalty</i>	50
4.6.2	Pengaruh Brand Image Terhadap <i>brand loyalty</i>	51
4.6.3	Pengaruh Kualitas tTerhadap <i>brand loyalty</i>	51
4.6.4	Pengaruh Promosi, Brand Image dan Kualiatas Terhadap <i>Brand Loyalty</i>	51
4.7	Implikasi	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		54
5.1	Kesimpulan.....	54
5.2	Saran	54
DAFTAR PUSTAKA.....		56
LAMPIRAN		
Lampiran 1 Pendukung Penelitian		
Lampiran 2 Daftar Riwayat Hidup		
Lampiran 3 Surat Keterangan Penelitian		

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	19

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Top <i>Brand Index</i> Katergori Sabun Pencuci Pakaian	2
Tabel 1.2 Data Kependudukam di Kelurahan Tanjung Sengkuang	3
Tabel 1.3 Data Pengguna Deterjen di Kelurahan Tnjung Sengkuang.....	3
Tabel 1.4 Penelitian Variabel	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3.1 Definisi Oprasional Variabel.....	24
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Status Tempat Tinggal	34
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	34
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Jumlah Pengeluaran per Bulan.....	35
Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Rinso	35
Tabel 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan Rinso	36
Tabel 4.6 Rentang Skala.....	36
Tabel 4.7 Hasil Pernyataan Variabel Promosi (X1)	37
Tabel 4.8 Hasil Pernyataan Variabel Brand Image (X2).....	37
Tabel 4.9 Hasil Pernyataan Variabel Brand Image (X3).....	38
Tabel 4.10 Hasil Pernyataan Variabel Brand Image (Y).....	39
Tabel 4.11 Uji Validitas (X1) Menggunakan r Hitung dan r Tabel	40
Tabel 4.12 Uji Validitas (X2) Menggunakan r Hitung dan r.....	40
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	41
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas (X3) Menggunakan r Hitung dan r Tabel	42
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas Data	44
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinieritas.....	45
Tabel 4.18 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	46
Tabel 4.19 Hasil Uji Analsis Regresi Liniear Berganda	47
Tabel 4.20 Hasil Uji t	48

Tabel 4.21 Hasil Uji	49
Tabel 4.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi	50

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Lameshow	21
Rumus 3.2 Regresi Linier BergandaRumus	27
Rumus 3.3 Koefesien Dterminasi.....	28
Rumus 3.4 Uji F	28
Rumus 3.5 Uji T	29