

**PENGARUH CITRA MEREK DAN DAYA TARIK
TERHADAP LOYALITAS PRODUK NIVEA DI PIAYU
KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Gebby Mirayu Siagian
180910399**

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

**PENGARUH CITRA MEREK DAN DAYA TARIK
TERHADAP LOYALITAS PRODUK NIVEA DI PIAYU
KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:
Gebby Mirayu Siagian
180910399**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Gebby Mirayu Siagian

NPM : 180910399

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

“Pengaruh Citra Merek Dan Daya Tarik Terhadap Loyalitas Produk Nivea Di Piayu Kota Batam”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam 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 digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

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

Batam, 04 Agustus 2023



Gebby Mirayu Siagian
180910399

**PENGARUH CITRA MEREK DAN DAYA TARIK
TERHADAP LOYALITAS PRODUK NIVEA DI PIAYU
KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh
Gebby Mirayu Siagian
180910399**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
Seperti tertera dibawah ini**

Batam, 04 Agustus 2023



**Dr. Realize, S.Kom.,M.SI.
Pembimbing**



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengaruh citra merek dan daya tarik terhadap loyalitas produk Nivea di Piayu Kota Batam. Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan produk Nivea dan tinggal di kelurahan Tanjung Piayu, kecamatan Sei Beduk, Kota Batam. Jumlah keseluruhan konsumen di daerah tersebut mencapai 10.649 orang. Teknik penentuan sampel melalui rumus Slovin dengan hasil perhitungan sebanyak 386 responden didasari pada *simple random sampling*. Teknik analisis data menggunakan uji statistik deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh dan uji hipotesis. Penemuan dalam analisis regresi linier berganda menyatakan bahwasanya citra merek berpengaruh positif terhadap loyalitas dengan besaran pengaruh 31%. Daya tarik berpengaruh positif terhadap loyalitas dengan besaran pengaruh 21,2%. Hasil analisis koefisien determinasi (R^2) menyatakan citra merek dan daya tarik dapat menjelaskan loyalitas, dengan pengaruh sebesar 8,9%. Hasil uji t dan F menunjukkan bahwasanya citra merek dan daya tarik berpengaruh positif dan signifikan secara parsial dan secara simultan terhadap keputusan loyalitas.

Kata Kunci: Citra Merek, Daya Tarik, Loyalitas.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of brand image and attractiveness on Nivea product loyalty in Piayu, Batam City. This research method uses descriptive research with a quantitative approach. The population of this study are consumers who use Nivea products and live in the Tanjung Piayu sub-district, Sei Beduk sub-district, Batam City. The total number of consumers in the area reached 10,649 people. The technique of determining the sample through the Slovin formula with the calculation results of 386 respondents is based on simple random sampling. Data analysis techniques using descriptive statistical tests, data quality tests, classical assumption tests, influence tests and hypothesis testing. The findings in the multiple linear regression analysis state that brand image has a positive effect on loyalty with an effect size of 31%. Attractiveness has a positive effect on loyalty with an influence size of 21.2%. The results of the analysis of the coefficient of determination (R^2) state that brand image and attractiveness can explain loyalty, with an effect of 8.9%. The results of the t and F tests show that brand image and attractiveness have a positive and significant effect partially and simultaneously on loyalty decisions.

Keywords: *Attractiveness, Brand Image, Loyalty.*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (SI) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan, baik dari penulisan maupun tata bahasa yang digunakan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan wujud tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Ibu Dr. Realize, S.Kom., M.SI. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan wawasannya kepada penulis melalui materi perkuliahan.
6. Pihak responden yang telah memberikan penulis kemudahan waktu dan kesempatan dalam melakukan penelitian dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Ayah dan Ibu penulis yang senantiasa mendukung penulis dalam segala hal yang penulis lakukan.
8. Teman – teman yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang senantiasa selalu membantu baik moral maupun materi, sehingga saya dapat melanjutkan penyusunan Skripsi ini hingga selesai pada akhirnya.

Semoga Tuhan membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan Skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan karuniannya.

Batam, 04 Agustus 2023



Gebby Mirayu Siagian



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Rumusan Masalah	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	7
1.6.1 Secara Teoritis.....	7
1.6.2 Secara Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teori.....	9
2.1.1 Citra Merek	9
2.1.1.1 Pengertian Citra Merek	9
2.1.1.2 Manfaat Citra Merek	10
2.1.1.3 Indikator Citra Merek.....	12
2.1.2 Daya Tarik.....	13
2.1.2.1 Pengertian Daya Tarik.....	13
2.1.2.2 Syarat Daya Tarik.....	14
2.1.2.3 Indikator Kualitas Produk	15
2.1.3 Loyalitas	17
2.1.3.1 Pengertian Loyalitas	17
2.1.3.2 Ciri-Ciri Loyalitas	18
2.1.3.3 Indikator Loyalitas	20
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Pemikiran.....	26
2.3.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas	26
2.3.2 Pengaruh Daya Tarik Terhadap Loyalitas.....	27
2.4 Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Sifat Penelitian	30
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian	31

3.3.1	Lokasi Penelitian	31
3.3.2	Periode Penelitian.....	31
3.4	Populasi dan Sampel	32
3.4.1	Populasi	32
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel.....	32
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i>	33
3.5	Sumber Data	34
3.6	Metode Pengumpulan Data	34
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian	35
3.7.1	Variabel Independen (X)	35
3.7.1.1	Citra Merek	36
3.7.1.2	Daya Tarik.....	36
3.7.2	Variabel Dependen (Y)	36
3.7.2.1	Loyalitas	37
3.8	Metode Analisis Data	37
3.8.1	Uji Statistik Deskriptif	37
3.8.2	Uji Kualitas Data	38
3.8.2.1	Uji Validitas	38
3.8.2.2	Uji Reliabilitas.....	39
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	40
3.8.3.1	Uji Normalitas	40
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas	41
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas	42
3.8.4	Uji Pengaruh.....	43
3.8.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	44
3.9	Uji Hipotesis.....	45
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	45
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	48
4.1.1	Sejarah Objek Penelitian	48
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	48
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	50
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	50
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	51
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	52
4.3.1	Deskripsi Citra Merek	52
4.3.2	Deskripsi Variabel Daya Tarik.....	53
4.3.3	Deskripsi Variabel Loyalitas	54
4.4	Analisis Data	56
4.4.1	Hasil Uji Validitas	56
4.4.2	Hasil Uji Reliabilitas	57
4.4.3	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	57

4.5	Pengujian Hipotesis.....	62
4.5.1	Hasil Uji t	62
4.5.2	Hasil Uji F	63
4.6	Pembahasan.....	64
4.6.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas	64
4.6.2	Pengaruh Daya Tarik Terhadap Loyalitas.....	65
4.6.3	Pengaruh Citra Merek Dan Daya Tarik Terhadap Loyalitas.....	66
4.7	Implikasi Penelitian.....	68
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Simpulan.....	70
5.2	Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA		72
Lampiran 1. Pendukung Penelitian		
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup		
Lampiran 3. Surat Izin Penelitian		

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	29
Gambar 4.1 <i>Scatterplot</i>	59

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Produk Nivea.....	3
Tabel 1.2 Peringkat Produk Nivea Pada <i>Top Brand Awards</i>	3
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	31
Tabel 3.2 Pemberian Skor Kusisioner.....	35
Tabel 3.3 Kategori Rentang Skala.....	38
Tabel 4.1 Profil Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.2 Profil Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	50
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	51
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	51
Tabel 4.6 Citra Merek (X1).....	52
Tabel 4.7 Daya Tarik (X2)	53
Tabel 4.8 Loyalitas (Y).....	54
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	56
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	57
Tabel 4.11 Kolmogorov-smimov	58
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	58
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	60
Tabel 4.14 Hasil Analisis Linear Berganda.....	60
Tabel 4.15 Hasil Uji R^2	62
Tabel 4.16 Hasil Uji t	62
Tabel 4.17 Hasil Uji F	64

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 <i>Slovin</i>	32
Rumus 3.2 Rentang Skala	38
Rumus 3.3 <i>Korelasi Product Moment</i>	39
Rumus 3.4 <i>Cronbach's Aplha</i>	40
Rumus 3.5 Regresi Linier Berganda	43
Rumus 3.6 Koefisien Determinasi	44
Rumus 3.7 Uji T	45
Rumus 3.8 Uji F	46