

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN SEMEN DYNAMIX
DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh :
Novita Andarwati Sitorus
160910345**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN SEMEN DYNAMIX
DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana**



**Oleh :
Novita Andarwati Sitorus
160910345**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Novita Andarwati Sitorus
NPM : 160910345
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “ Skripsi “ yang saya buat dengan judul :

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN SEMEN DYNAMIX DI 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 yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip 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 digugurkan dan Skripsi 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, 22 Januari 2021



Novita Andarwati Sitorus

160910345

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
SEMEN DYNAMIX DI KOTA BATAM**


SKRIPSI

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

**Oleh :
Novita Andarwati Sitorus
160910345**

**Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 22 Januari 2021

A handwritten signature in blue ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke at the end.

**Daris Purba, S.E.I. M.S.I.
Pembimbing**



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui empiris mengenai pengaruh *brand image*, dan *product quality* terhadap loyalitas pelanggan semen Dynamix secara simultan. Selain itu untuk mengetahui pengaruh *brand image* dan *product quality* terhadap loyalitas pelanggan, penelitian ini dilakukan pada PT Solusi Bangun Indonesia Tbk Batam. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 183. Instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purpose sampling* dimana sampelnya diambil berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan. Dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas untuk menguji kualitas data, analisis linear dan koefisien determinasi (R) digunakan untuk bereksperimen dengan asumsi klasik dan untuk menguji efeknya, sementara menggunakan uji t dan uji F untuk menguji hipotesis dengan bantuan versi SPSS 25. Hasil koefisien determinasi (R²) menunjukkan bahwa *brand image* dan *product quality* mempengaruhi 38,3 % pada loyalitas pelanggan. Sementara itu dapat dilihat bahwa *brand image* mempengaruhi 17,2 % dan *product quality* mempengaruhi 44,2 % pada loyalitas pelanggan dari regresi linier berganda. Kesimpulan berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan ini adalah bahwa *brand image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, *product quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan secara simultan *brand image* dan *product quality* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: *Brand image*, *Product quality*, Loyalitas pelanggan

ABSTRACK

This research aims to find out empirically about the influence of brand image, and product quality on customer loyalty Dynamix cement simultaneously. In addition to knowing the effect of brand image and product quality on customer loyalty, this research was conducted at PT Solusi Bangun Indonesia Tbk Batam. The number of samples used in this study was 183. The instrument used to collect data was a questionnaire. The sampling technique used is Purpose sampling where the sample is taken based on predetermined criteria. By using validity and reliability tests to test data quality, linear analysis and determination coefficients (R) are used to experiment with classical assumptions and to test their effects, while using t tests and F tests to test hypotheses with the help of SPSS version 25. The coefficient determination results (R²) shows that brand image and product quality affect 38.3% of customer loyalty. Meanwhile it can be seen that brand image affects 17.2% and product quality affects 44.2% in customer loyalty from multiple linear regression. The conclusion based on the results of this research and discussion is that brand image has a positive and significant influence on customer loyalty, product quality has a positive and significant effect on customer loyalty and simultaneously brand image and product quality have a significant effect on customer loyalty.

Keywords: Brand image, Product quality, Customer loyalty

KATA PENGANTAR

Segala Puji Syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang masih setia menyertai dan memberi Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada program studi Manajemen Bisnis di Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Karena itu, penulis bersedia menerima segala kritik dan saran. Dengan segala keterbatasan, penulis juga menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan, pendapat dan dorongan kata semangat 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. Hendri Herman, S.E., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom.,M.Si. Selaku Ketua Program Studi Manajemen
4. Bapak Daris Purba, S.E.I, M.S.I. Selaku Pembimbing skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam
5. Seluruh Bapak – Ibu Dosen yang sudah memberikan bekal ilmu selama masa perkuliahan.
6. Orang tua saya, saudara kandung saya, dan seluruh keluarga besar yang telah mensupport saya lahir dan batin.

6. Orang tua saya, saudara kandung saya, dan seluruh keluarga besar yang telah mensupport saya lahir dan batin.
7. PT Solusi Bangun Indonesia Tbk Batam yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian.
8. Bapak Heryenzus, S.Kom., M.Si dan Kak Unjur Sari Simatupang, S.E. Yang telah mendukung dan memberikan semangat dalam melakukan penulisan skripsi ini.
9. Teman-teman Unit Kegiatan Mahasiswa Kristen (UKMK) Universitas Putera Batam atas doa, dukungan, dan motivasinya.
10. Sahabat-sahabat saya, KTB Love, Anisa Reskita, Eka Pricilia Sagita, Wydia Astuti, Indah Permata Sari Sihombing, Eva susantri, S.Ak., Ori, Viktor yang membuat masa perkuliahan saya menjadi lebih berwarna.
11. Kepada Pikirman Gea, Angga Suswadi, Alhilal Hamdi, Ka Ade, Daniel Sibarani, S.T., yang telah berbagi ilmu dan pengalamannya dalam pembuatan skripsi.
12. Serta seluruh pihak yang telah yang telah mendukung dalam penelitian ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih atas semuanya, atas segala doanya dan dukungannya, semoga Tuhan senantiasa melimpahkan berkat dan kasih-Nya kepada kita semua. Amin.

Batam, 22 Januari 2021



Novita Andarwati Sitorus



DAFTAR ISI

HALAMAN SMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	8
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.6.2 Manfaat Praktis	9
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Teori Dasar	10
2.1.1 <i>Brand Image</i>	10
2.1.2 <i>Product Quality</i>	13
2.1.3 Loyalitas Pelanggan.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	19
2.3 Kerangka Pemikiran	23

2.4	Hipotesis.....	25
BAB III.....		26
METODE PENELITIAN.....		26
3.1	Desain Penelitian.....	26
3.2	Operasional Variabel.....	26
3.2.1	Variabel Independen (X).....	26
3.2.2	Variabel Dependen (Y).....	28
3.3	Populasi dan Sampel.....	29
3.3.1	Populasi.....	29
3.3.2	Sampel Penelitian.....	29
3.4	Teknik pengumpulan data.....	31
3.4.1	Alat pengumpulan data.....	31
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.5	Metode Analisis Data.....	33
3.5.1	Analisis Deskriptif.....	33
3.5.2	Uji Kualitas Data.....	34
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	37
3.5.4	Uji Pengaruh.....	38
3.5.5	Uji Hipotesis.....	39
3.6	Lokasi Penelitian.....	41
3.7	Jadwal penelitian.....	42
BAB IV.....		43
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		43
4.1	Hasil Penelitian.....	43
4.1.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
4.1.2	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	44
4.1.3	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	45
4.1.4	Profil Responden Berdasarkan Status.....	45
4.2	Hasil Penelitian.....	46
4.2.1	Analisis Deskriptif.....	46
4.2.2	Uji Kualitas Data.....	67
4.2.3	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	70
4.2.4	Hasil Uji Hipotesis.....	75

4.2.5	Uji Pengaruh	78
4.3	Pembahasan	81
4.3.1	Pengaruh <i>Brand image</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan semen Dynamix pada PT Solusi Bangun Indonesia.....	81
4.3.2	Pengaruh <i>Product quality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Semen Dynamix pada PT Solusi Bangun Indonesia.....	81
4.3.3	Pengaruh <i>Brand image</i> dan <i>Product quality</i> terhadap Loyalitas Pelanggan Semen Dynamix pada PT Solusi Bangun Indonesia.....	82
BAB V.....		86
KESIMPULAN DAN SARAN		83
5.1	Kesimpulan.....	83
5.2	Saran	84
DAFTAR PUSTAKA		85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	24
Gambar 2.4.1 Uji Normalitas dengan Histogram	71
Gambar 4.2 Uji Normalitas dengan Normal p-p plot	72
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Data Pembelian berulang-ulang bulan Februari 2020 - Juli 2020.....	3
Tabel 1. 2	Total Penjualan bulan Februari 2020 - Juli 2020	5
Tabel 3. 1	Skala Likert	31
Tabel 3. 2	Tingkat Validitas	36
Tabel 3. 3	Jadwal Penelitian	42
Tabel 4. 1	Profil Responden Berdasar Jenis Kelamin	43
Tabel 4. 2	Profil Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel 4. 3	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	45
Tabel 4. 4	Profil Responden Berdasarkan Status	45
Tabel 4. 5	Kriteria Analisis Deskriptif	46
Tabel 4. 6	Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Brand Image (X1)....	47
Tabel 4. 7	Distribusi Jawaban Responden untuk <i>Product Quality</i> (X2)	54
Tabel 4. 8	Distribusi Responden Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	61
Tabel 4. 9	Hasil Uji Validitas Independen (X1 dan X2)	68
Tabel 4. 10	Hasil Uji Validitas Variabel Dependen (Y)	69
Tabel 4. 11	Hasil Uji Reliabilitas	70
Tabel 4. 12	Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov	73
Tabel 4. 13	Hasil Uji Multikolinearitas	74
Tabel 4. 14	Hasil Uji T	76
Tabel 4. 15	Hasil Uji F	77
Tabel 4. 16	Hasil Linear Berganda.....	78
Tabel 4. 17	Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	80

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rumus Slovin.....	29
Rumus 3.2 Korelasi pearson product	35
Rumus 3.3 Uji Reliabilits	36
Rumus 3.4 Regresi Linear Berganda.....	38
Rumus 3.5 Uji R^2	39
Rumus 3.6 R^2 Adjusted	39
Rumus 3.7 Uji T.....	40
Rumus 3.8 Uji F	41