

**PENGARUH CITRA MEREK, KOMUNIKASI
PEMASARAN, DAN INOVASI TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA CADBURY DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI



Oleh

Teresia Veronika Simamora

200910285

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

**PENGARUH CITRA MEREK, KOMUNIKASI
PEMASARAN, DAN INOVASI TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA CADBURY DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



Oleh

Teresia Veronika Simamora

200910285

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Teresia Veronika Simamora
NPM : 200910285
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “skripsi” yang saya buat dengan judul :

PENGARUH CITRA MEREK, KOMUNIKASI PEMASARAN, DAN INOVASI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA CADBURY DI KOTA BATAM

Adalah hasil karya sendiri dan bukan merupakan "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 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 digugurkan dan gelar 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, 19 Juli 2024



Teresia Veronika Simamora
200910285

**PENGARUH CITRA MEREK, KOMUNIKASI
PEMASARAN, DAN INOVASI TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA CADBURY DI
KOTA BATAM**

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

oleh :

Teresia Veronika Simamora

200910285

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

Batam, 19 Juli 2024



Hikmah, S.E., M.Si.

Pembimbing



ABSTRAK

Cadbury ialah perseroan yang bergerak dalam industri makanan dan minuman, khususnya terkenal dengan produk-produk coklat dan permen. Cadbury didirikan pada tahun 1824 di Inggris oleh John Cadbury. Selama bertahun-tahun, Cadbury telah jadi salah satu merk coklat yang sangat populer di bumi, dengan berbagai macam produk seperti coklat batangan, permen, coklat minuman, dan sebagainya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, komunikasi pemasaran, dan inovasi terhadap loyalitas konsumen di Kota Batam. Data dalam penelitian ini dikumpulkan menggunakan teknik survei melalui Google form yang disebar ke konsumen Cadbury dengan sampel dalam penelitian ini sebanyak 204 responden. Analisis data menggunakan teknik regresi linear berganda untuk mengukur sejauh mana variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen menggunakan SPSS 25. Hasil menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Komunikasi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Inovasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Citra merek, komunikasi pemasaran, dan inovasi memiliki pengaruh simultan terhadap loyalitas konsumen di Kota Batam.

Kata kunci: Citra merek, komunikasi pemasaran, inovasi, loyalitas konsumen.

ABSTRACT

Cadbury is a company engaged in the food and beverage industry, especially famous for its chocolate and candy products. Cadbury was founded in 1824 in England by John Cadbury. Over the years, Cadbury has become one of the most popular chocolate brands on earth, with a variety of products such as chocolate bars, candies, chocolate drinks, and so on. This study uses a quantitative approach which aims to determine the effect of brand image, marketing communication, and innovation on consumer loyalty in Batam City. The data in this study were collected using survey techniques through Google forms distributed to Cadbury consumers with a sample in this study of 204 respondents. Data analysis uses multiple linear regression techniques to measure the extent to which the independent variable affects the dependent variable using SPSS 25. The results show that brand image has a significant effect on consumer loyalty with a significance of $0.000 < 0.05$. Marketing communication has a significant effect on consumer loyalty. Innovation has a significant effect on consumer loyalty. Brand image, marketing communication, and innovation have a simultaneous influence on consumer loyalty in Batam City.

Keywords: *Brand image, marketing communication, innovation, consumer loyalty.*

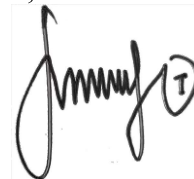
KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan KaruniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terimakasih 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. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora;
 3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen;
 4. Ibu Hikmah, S.E., M.Si. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam yang selalu memberikan arahan dan masukan serta tidak pernah lelah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis demi kesempurnaan tugas akhir skripsi ini;
 5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu selama penulis kuliah di Universitas Putera Batam Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora;
 6. Terima kasih untuk kedua Orang Tua saya tercinta Bapak Tangkas Simamora dan Ibu Romauli Sitompul;
 7. Kakak, adik dan keluarga saya yang selalu mendukung dan senantiasa menemani dalam menyusun skripsi;
 8. Terimakasih untuk Kaka Tiarna Sipahutar yang selalu mendukung dan membantu dalam bentuk finansial dalam proses skripsi ini;
 9. Terimakasih Resa Desmirasari yang telah menjadi teman bertukar pikiran;
 10. Terima kasih kepada diri saya sendiri yang sudah berjuang sejauh ini.
- Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas segala kebaikan dan selalu mencurahkan rahmat karuna Nya, Amin.

Batam, 19 Juli 2024



Teresia Veronika Simamora

200910285



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	12
1.3 Batasan Masalah.....	12
1.4 Rumusan Masalah	12
1.5 Tujuan Penelitian.....	13
1.6 Manfaat Penelitian.....	14
1.6.1 Manfaat Teoritis	14
1.6.2 Manfaat Praktis	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Kajian teori.....	16
2.1.1 Citra Merek	16
2.1.2 Komunikasi Pemasaran	19
2.1.3 Inovasi	22
2.1.4 Loyalitas Konsumen.....	25
2.2 Penelitian terdahulu.....	29
2.3 Kerangka penelitian.....	33
2.3.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen	33
2.3.2 Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen	33
2.3.3 Pengaruh Inovasi Terhadap Loyalitas Konsumen	33

2. 3. 4 Pengaruh Citra Merek, Komunikasi Pemasaran, dan Inovasi Terhadap Loyalitas Konsumen	34
2. 4 Hipotesis.....	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
3. 1 Jenis Penelitian.....	37
3. 2 Sifat Penelitian	37
3. 3 Lokasi Dan Periode Penelitian	38
3. 3. 1 Lokasi Penelitian	38
3. 3. 2 Periode Penelitian	38
3. 4 Populasi Dan Sampel Penelitian.....	39
3. 4. 1 Populasi Penelitian.....	39
3. 4. 2 Teknik Penentuan Besar Sampel.....	39
3. 4. 3 Teknik Sampling.....	41
3. 5 Sumber Data.....	41
3. 6 Metode Pengumpulan Data	42
3. 7 Definisi Operasional Variabel	43
3. 8 Metode Analisa Data	45
3. 8. 1 Analisis Statistik Deskriptif	45
3. 8. 2 Uji Kualitas Instrumen.....	46
3. 8. 3 Uji Asumsi Klasik.....	47
3. 8. 4 Uji Pengaruh	49
3. 8. 5 Uji Hipotesis	51
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4. 1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	53
4. 2 Deskripsi Karakteristik Responden	54
4. 2. 1 Jenis Kelamin Responden	54
4. 2. 2 Usia Responden	54
4. 2. 3 Pekerjaan Responden.....	55
4. 2. 4 Pendapatan Responden	55
4. 3 Analisis Deskriptif.....	56
4. 3. 1 Variabel Citra Merek	56
4. 3. 2 Variabel Komunikasi Pemasaran.....	57
4. 3. 3 Variabel Inovasi.....	58

4. 3. 4 Variabel Loyalitas Konsumen.....	59
4. 4 Uji Kualitas Data.....	60
4. 4. 1 Uji Validitas.....	60
4. 4. 2 Uji Reabilitas	62
4. 5 Uji Asumsi Klasik	63
4. 5. 1 Uji Normalitas	63
4. 5. 2 Uji Multikolinearitas.....	64
4. 5. 3 Uji Heteroskedastisitas.....	65
4. 6 Uji Hipotesis.....	67
4. 6. 1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	67
4. 6. 2 Analisis Koefisien Determinasi R^2	69
4. 6. 3 Uji T (Parsial)	70
4. 6. 4 Uji F (Simultan).....	72
4. 7 Pembahasan.....	73
4. 7. 1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen.....	73
4. 7. 2 Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen	74
4. 7. 3 Pengaruh Inovasi Terhadap Loyalitas Konsumen	74
4. 7. 4 Pengaruh Citra Merek, Komunikasi Pemasaran, dan Inovasi Terhadap Loyalitas Konsumen	75
4. 8 Implikasi hasil penelitian.....	76
4. 8. 1 Praktis.....	76
4. 8. 2 Empiris	76
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	77
5. 1 Kesimpulan	77
5. 2 Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	xiv
LAMPIRAN 1 – PENDUKUNG PENELITIAN	
LAMPIRAN 2 – DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN 3 – SURAT KETERANGAN PENELITIAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Rating Index Merek Coklat di Indonesia.....	7
Gambar 1. 2 Post pada Instagram Cadbury dan reaksinya	9
Gambar 1. 3 Cadbury Dairy Milk Snack	11
Gambar 4. 1 P-plot	64
Gambar 4. 2 Scatterplot	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Rating index brand coklat	7
Tabel 2. 1	Penelitian terdahulu	29
Tabel 3. 1	Jadwal Penelitian	38
Tabel 3. 2	Bobot skala likert.....	43
Tabel 3. 3	Indikator variabel.....	44
Tabel 3. 4	Rentang skala.....	46
Tabel 4. 1	Jenis Kelamin Responden.....	54
Tabel 4. 2	Usia Responden	54
Tabel 4. 3	Pekerjaan Responden.....	55
Tabel 4. 4	Pendapatan Responden	55
Tabel 4. 5	Rentang Skala.....	56
Tabel 4. 6	Analisis Deskriptif Citra Merek.....	56
Tabel 4. 7	Analisis Deskriptif Komunikasi Pemasaran.....	57
Tabel 4. 8	Analisis Deskriptif Inovasi	58
Tabel 4. 9	Analisis Deskriptif Loyalitas Konsumen	59
Tabel 4. 10	Uji Validitas Citra Merek	60
Tabel 4. 11	Uji Validitas Komunikasi Konsumen	61
Tabel 4. 12	Uji Validitas Inovasi	61
Tabel 4. 13	Uji Validitas Loyalitas Konsumen.....	62
Tabel 4. 14	Uji Reabilitas	62
Tabel 4. 15	Uji Normalitas	63
Tabel 4. 16	Uji Multikolinearitas.....	65
Tabel 4. 17	Uji Glejser	66
Tabel 4. 18	Analisis Regresi Linear Berganda.....	68
Tabel 4. 19	Koefisien Determinasi R ²	70
Tabel 4. 20	Uji T	71
Tabel 4. 21	Uji F.....	72

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Rumus Jacob Cohen	40
Rumus 3. 2 Rumus Rentang	45
Rumus 3. 3 Rumus regresi linear berganda	i