

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PADA LAZADA DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Muhammad Jamal Mansur
200910239**

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

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PADA LAZADA DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Muhammad Jamal Mansur
200910239**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Muhammad Jamal Mansur

NPM : 200910239

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

“Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Lazada Di 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, 12 Juli 2024

A handwritten signature in blue ink is written over a rectangular official stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem on the left and the text 'METERAI TEMPEL' and 'EC9ALX273370061' on the right.

Muhammad Jamal Mansur
200910239

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PADA LAZADA DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh
Muhammad Jamal Mansur
200910239**

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

Batam, 12 Juli 2024



**Winda Evyanto, S.S., M.MPd.
Pembimbing**



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mendorong loyalitas pelanggan terhadap Lazada di Kota Batam, yaitu kualitas citra merek, kepercayaan, dan kualitas produk. Penelitian yang dilakukan bersifat deskriptif dan menggunakan pendekatan kuantitatif. Jumlah populasi yang akan memanfaatkan aplikasi Lazada di Kota Batam pada tahun 2024 bukanlah sesuatu yang dapat ditentukan secara pasti. Sebagai bagian dari metode pengambilan sampel, rumus *Lamshow* digunakan untuk menghasilkan total 100 responden melalui penggunaan *purposive sampling*. Untuk melakukan uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh, dan uji hipotesis, analisis data dilakukan dengan menggunakan prosedur yang mencakup regresi linier berganda. Hasil penyelidikan menggunakan regresi linier berganda menunjukkan bahwa citra merek berkontribusi kepada loyalitas pelanggan sebesar 21,2%. Loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kepercayaan sebesar 39,9%. Kontribusi sebesar 19,3% terhadap loyalitas pelanggan diberikan oleh kualitas produk. Temuan dari analisis koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwasanya secara umum variansi loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh citra merek, kepercayaan, dan kualitas produk, dengan berkontribusi 71,5% dari total keseluruhan. Pada hasil dari uji t dan uji F, citra merek, kepercayaan, dan kualitas produk Lazada di Kota Batam mempunyai pengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Citra Merek, Kepercayaan, Kualitas Produk, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

The aim of this research is to determine the factors that encourage customer loyalty towards Lazada in Batam City, namely brand image quality, trust and product quality. The research conducted was descriptive in nature and used a quantitative approach. The population size that will utilize the Lazada application in Batam City in 2024 is not something that can be determined with certainty. As part of the sampling method, the Lameshow formula was used to produce a total of 100 respondents through the use of purposive sampling. To carry out data quality tests, classical assumption tests, influence tests, and hypothesis tests, data analysis was carried out using procedures that included multiple linear regression. The results of investigations using multiple linear regression show that brand image contributes to customer loyalty by 21.2%. Customer loyalty is influenced by trust by 39.9%. A 19.3% contribution to customer loyalty is provided by product quality. Findings from analysis of the coefficient of determination (R²) show that in general the variance in customer loyalty can be explained by brand image, trust and product quality, contributing 71.5% of the total. In the results of the t test and F test, the brand image, trust and quality of Lazada products in Batam City have a positive and significant influence both partially and jointly on customer loyalty.

Keywords: *Brand Image, Customer Loyalty, Product Quality, Trust.*

KATA PENGANTAR

Segala puji hanya milik Allah SWT. Shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada Rasulullah SAW. Berkat limpahan dan rahmat-Nya penulis mampu menyelesaikan laporan tugas yang telah diberikan oleh pihak Universitas Putera Batam (UPB). Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) 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. Bapak Winda Evyanto, S.S., M.MPd. 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, 12 Juli 2024



Muhammad Jamal Mansur



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	8
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
1.6.1 Secara Teoritis.....	10
1.6.2 Secara Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teori.....	12
2.1.1 Citra Merek	12
2.1.1.1 Pengertian Citra Merek	12
2.1.1.2 Faktor Citra Merek	13
2.1.1.3 Elemen Citra Merek	16
2.1.1.4 Indikator Citra Merek.....	18
2.1.2 Kepercayaan	19
2.1.2.1 Pengertian Kepercayaan	19
2.1.2.2 Faktor Kepercayaan.....	20
2.1.2.3 Karakteristik Kepercayaan	22
2.1.2.4 Indikator Kepercayaan	26
2.1.3 Kualitas Produk	27
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Produk	27
2.1.3.2 Faktor Kualitas Produk.....	28
2.1.3.3 Tujuan Kualitas Produk.....	30
2.1.3.4 Indikator Kualitas Produk	31
2.1.4 Loyalitas Pelanggan	33
2.1.4.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan	33
2.1.4.2 Faktor Loyalitas Pelanggan.....	34
2.1.4.3 Karakteristik Loyalitas Pelanggan.....	37
2.1.4.4 Indikator Loyalitas Pelanggan.....	39
2.2 Penelitian Terdahulu	41

2.3	Kerangka Pemikiran.....	46
2.3.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	46
2.3.2	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	47
2.3.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	47
2.3.4	Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	48
2.4	Hipotesis.....	49
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian.....	50
3.2	Sifat Penelitian.....	50
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian.....	51
3.3.1	Lokasi Penelitian.....	51
3.3.2	Periode Penelitian.....	51
3.4	Populasi dan Sampel.....	52
3.4.1	Populasi.....	52
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel.....	52
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i>	53
3.5	Sumber Data.....	54
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	55
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	56
3.7.1	Variabel Independen (X).....	56
3.7.2	Variabel Dependen (Y).....	57
3.8	Metode Analisis Data.....	58
3.8.1	Uji Statistik Deskriptif.....	58
3.8.2	Uji Kualitas Data.....	59
3.8.2.1	Uji Validitas.....	59
3.8.2.2	Uji Reliabilitas.....	60
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	62
3.8.3.1	Uji Normalitas.....	62
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas.....	63
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	63
3.8.4	Uji Pengaruh.....	64
3.8.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	64
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	65
3.9	Uji Hipotesis.....	66
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	66
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F.....	67
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	69
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	70
4.2.1	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
4.2.2	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	70
4.2.3	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	71
4.2.4	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	72
4.3	Deskripsi Jawaban Responden.....	72
4.3.1	Deskriptif Citra Merek (X1).....	73

4.3.2	Deskriptif Kepercayaan (X2)	74
4.3.3	Deskriptif Kualitas Produk (X3)	75
4.3.4	Deskriptif Loyalitas Pelanggan (Y).....	75
4.4	Analisis Data	76
4.4.1	Uji Kualitas Data	76
4.4.1.1	Uji Validitas	76
4.4.1.2	Uji Reliabilitas.....	79
4.4.2	Uji Asumsi Klasik	80
4.4.2.1	Uji Normalitas	80
4.4.2.2	Uji Multikolinearitas	83
4.4.2.3	Uji Heteroskedastisitas	83
4.4.3	Uji Pengaruh.....	84
4.4.3.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	84
4.4.3.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	86
4.5	Pengujian Hipotesis	87
4.5.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	87
4.5.2	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji f.....	88
4.6	Pembahasan	89
4.6.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	89
4.6.2	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan	90
4.6.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	91
4.6.4	Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	92
4.7	Implikasi Hasil Penelitian	93
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Simpulan.....	95
5.2	Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA		
Lampiran 1. Pendukung Penelitian		
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup		
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian		

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Keluhan Pengguna Lazada	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	49
Gambar 4.1 Uji Normalitas Dengan Histogram	80
Gambar 4.2 Uji Normalitas Dengan <i>Normal P-P Plot</i>	81
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas	84

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 <i>Top Brand Index</i> Situs Jual Beli <i>Online</i>	3
Tabel 1.2 Survei Kualitas Produk <i>E-Commerce</i> Indonesia 2022.....	5
Tabel 1.3 Jumlah Pengunjung Lazada.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	44
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	51
Tabel 3.2 Pemberian Skor Kuesioner.....	56
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	57
Tabel 3.4 Kategori Rentang Skala.....	59
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	71
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan.....	72
Tabel 4.5 Rentang Skala.....	73
Tabel 4.6 Deskriptif Citra Merek	73
Tabel 4.7 Deskriptif Kepercayaan.....	74
Tabel 4.8 Deskriptif Kualitas Produk.....	75
Tabel 4.9 Deskriptif Loyalitas Pelanggan	76
Tabel 4.10 Uji Validitas Citra Merek (X1)	77
Tabel 4.11 Uji Validitas Kepercayaan (X2).....	77
Tabel 4.12 Uji Validitas Kualitas Produk (X3).....	78
Tabel 4.13 Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y)	78
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas.....	79
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	82
Tabel 4.16 Uji Multikolinearitas	83
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	85
Tabel 4.18 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	86
Tabel 4.19 Hasil Uji t (Parsial).....	87
Tabel 4.20 Hasil Uji f (Simultan).....	89

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 <i>Lameshow</i>	53
Rumus 3.2 Rentang Skala	59
Rumus 3.3 <i>Pearson Correlation</i>	60
Rumus 3.4 <i>Alpha Crobach</i>	61
Rumus 3.5 Regresi Linier Berganda	65
Rumus 3.6 Koefisien Determinasi	66
Rumus 3.7 Uji t	67
Rumus 3.8 Uji f	68