

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PEMBELIAN  
BAHAN BAKAR MINYAK PERTAMINA  
(Studi Kasus : RW 016 Ujung Harapan Bekasi Utara)**

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND BRAND TRUST ON  
CUSTOMER LOYALTY ON THE PURCHASE OF PERTAMINA  
FUEL OIL  
(Case Study : RW 016 Ujung Harapan Bekasi Utara)***

Oleh

Aninda Zaistira

2012410034

**SKRIPSI**

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi  
pada Universitas Darma Persada



**PROGRAM SARJANA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS DARMA PERSADA**

**JAKARTA**

**2018**

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PEMBELIAN  
BAHAN BAKAR MINYAK PERTAMINA  
(Studi Kasus : RW 016 Ujung Harapan Bekasi Utara)**

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND BRAND TRUST ON  
CUSTOMER LOYALTY ON THE PURCHASE OF PERTAMINA  
FUEL OIL  
(Case Study : RW 016 Ujung Harapan Bekasi Utara)***

Oleh

**Aninda Zaistira**

**2012410034**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana

Dalam Ilmu Ekonomi Konsentrasi Manajemen pada

Universitas Darma Persada

Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal :

Jakarta, 15 Februari 2018 dengan hasil B

**Dr. Firsan Nova**

Pembimbing

**Dr. Firsan Nova**

Penguji I

**Drs. Fauzi Baisyir. MM**

Penguji III

**Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM**

Penguji III

**Sukardi, SE, MM**

Dekan Fakultas Ekonomi

**Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM**

Ketua Jurusan Manajemen

## LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Aninda Zaistira

Nim : 2012410034

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya ditulis dengan judul **Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pembelian Bahan Bakar Minyak Pertamina (studi kasus : RW 016 Ujung Harapan Bekasi Utara)**. Yang dibimbing oleh Bapak Dr. Firsan Nova selaku Dosen Pembimbing adalah benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan jiplakan maupun menyalin sebagian dari hasil karya orang lain.

Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan.

Jakarta, 19 Februari 2018

Aninda Zaistira

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aninda Zaistira

Nim : 2012410034

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya ditulis dengan judul **Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pembelian Bahan Bakar Minyak Pertamina (Studi Kasus : RW 016 Ujung Harapan Bekasi Utara).**

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dihadapan panitia penguji skripsi sarjana pada tanggal 15 Februari 2018

Jakarta, 19 Februari 2018

Mengetahui,

Menyetujui,

Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM

Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Firsan Nova

Pembimbing

**NIM** : 2012410034

**Judul Skripsi** : PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN  
MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA  
PEMBELIAN BAHAN BAKAR MINYAK PERTAMINA  
(Studi Kasus : RW 016 Ujung Harapan Bekasi Utara).

**Jumlah Halaman** : xiv + 123 Halaman

### **ABSTRAK**

Penelitian ini diajukan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Citra Merek (X1) dan Kepercayaan Merek (X2) terhadap Loyalitas pelanggan (Y) Pada Pembelian Bahan Bakar Minyak Pertamina. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan cara memberikan kuesioner terhadap 100 responden pengguna bahan bakar minyak pertamina di wilayah RW 016 Ujung Babelan Bekasi Utara dengan menggunakan data *purposive sampling*. Kemudian dilakukan teknik analisis data adalah uji regresi menggunakan SPSS versi 20

Hasil penelitian ini menunjukkan diketahui dapat dilihat dari koefisien pengaruh citra merek dan kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan pada pembelian bahan bakar minyak pertamina di wilayah RW 016 Ujung Harapan Bekasi Utara, diketahui bahwa dilihat dari koefisien determinan  $R^2$  memiliki pengaruh sebesar 0,384 yang berarti bahwa sebesar 38,4% loyalitas pelanggan dapat dijelaskan dengan menggunakan citra merek dan kepercayaan merek, sedangkan sisanya yaitu sebesar 61.6% yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Yang artinya diketahui dapat dilihat dari koefisien citra merek dan kepercayaan merek secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Citra Merek, Kepercayaan Merek, Loyalitas Pelanggan

## **ABSTRAK**

**NIM** : 2012410034

**Judul Skripsi** : THE INFLUENCE .OF BRAND IMAGE AND BRAND TRUST ON CUSTOMER LOYALTY IN PURCHASING FUEL OIL PERTAMINA (Case Study : RW 016 Ujung Harapan Bekasi Utara).

**Jumlah Halaman** : xiv + 123 Page

This research is proposed to find out how big the influence of Brand Image (X1) and Brand Trust (X2) to Customer loyalty (Y) On Purchase of Pertamina Fuel Petroleum. Data collection methods used in this study by providing a questionnaire to 100 respondents users of Pertamina oil fuel in the region RW 016 Ujung Babelan Bekasi Utara by using purposive sampling data. Then performed data analysis technique is regression test using SPSS version 20.

The results of this study show can be seen from the coefficient of influence of brand image and brand trust on customer loyalty on the purchase of Pertamina oil fuel in the region RW 016 Ujung Harapan Bekasi Utara, it is known that seen from the coefficient of determinant R ( $R^2$ ) has the effect of 0,384 which means that as big as 38,4% customer loyalty can be explained by using brand image and brand trust, set aside the remaining amount of 61.6% which is influenced by other variables that are not examined. Which means known to be seen from the coefficient of brand image and brand awareness simultaneously affect customer loyalty.

**Keywords** : Brand Image, Brand Trust, Customer Loyalty

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pembelian Bahan Bakar Minyak Pertamina”**(studi kasus : RW 016 Ujung Harapan Bekasi Utara). Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan dapat terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Firsan Nova, SE, MM selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada dan Dosen Pembimbing penulisan skripsi ini, terima kasih telah meluangkan waktu, membimbing, dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Sukardi Hardjo Sentono, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Ibu Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada.
4. Ibu Dini Rahayu, SE selaku Dosen Pembimbing Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

5. Bapak/Ibu Dosen yang selama ini telah memberikan ilmu yang bermanfaat serta seluruh Staff Pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah banyak membantu penulis.
6. Untuk semua keluarga terutama kedua orang tuaku, Papa, Almh mbu, mamas dan kak lucy yang tidak pernah lelah untuk selalu memberikan dukungan, do'a dan semangat yang sangat besar untuk selalu memberikan masukan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Untuk Indra Ananta yang selalu menemani, membantu, dan memberikan dukungan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik
8. Untuk Semua teman-teman Fakultas Ekonomi terutama di Ruangan Organisasi yang selalu mendukung dan mendengarkan semua keluh kesah penulis, yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis serta selalu memotivasi penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
9. Untuk Muhammad Falah, Perdana Adi Kusuma dan Frastisya Rinda, Hilda, Riri teman dekat yang telah memberikan masukan dan membantu penulis.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini sehingga dapat selesai dengan baik.

Demikian laporan Skripsi ini dibuat, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga laporan ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Bekasi, 19 Februari 2018

Penulis,

Aninda Zaistira

## DAFTAR ISI

|                                                                |             |
|----------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>JUDUL SKRIPSI</b> .....                                     | <b>i</b>    |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....                                 | <b>ii</b>   |
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....                                | <b>iii</b>  |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....                                 | <b>iv</b>   |
| <b>ABSTRAK</b> .....                                           | <b>v</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                                    | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                                        | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                                      | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                                     | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                                   | <b>xiv</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>                                       |             |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian.....                             | 1           |
| 1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Rumusan Masalah.....          | 6           |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                                     | 6           |
| 1.4 Kegunaan Penelitian.....                                   | 7           |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b> |             |
| 2.1 Kajian Pustaka.....                                        | 8           |
| 2.1.1 Pengertian Pemasaran.....                                | 8           |
| 2.1.2 Tujuan Pemasaran.....                                    | 11          |
| 2.1.3 Fungsi Pemasaran.....                                    | 12          |
| 2.1.4 Pengertian Merek.....                                    | 14          |
| 2.1.4.1 Makna Merek.....                                       | 15          |
| 2.1.5 Citra Merek.....                                         | 16          |
| 2.1.5.1 Pengertian Citra Merek.....                            | 16          |
| 2.1.5.2 Manfaat Citra Merek.....                               | 18          |
| 2.1.5.3 Dimensi Citra Merek.....                               | 18          |
| 2.1.6 Kepercayaan.....                                         | 21          |

|                                                                  |    |
|------------------------------------------------------------------|----|
| 2.1.6.1 Dimensi Kepercayaan.....                                 | 24 |
| 2.1.6.2 Faktor – Fator yang Mempengaruhi Kepercayaan.....        | 26 |
| 2.1.6.3 Indikator Kepercayaan Merek.....                         | 29 |
| 2.1.7 Loyalitas Pelanggan.....                                   | 30 |
| 2.1.7.1 Pengertian Loyalitas .....                               | 30 |
| 2.1.7.2 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....                      | 32 |
| 2.1.7.3 Indikator Loyalitas Pelanggan.....                       | 38 |
| 2.1.7.4 Manfaat Loyalitas Pelanggan.....                         | 39 |
| 2.2 Kerangka Pemikiran.....                                      | 40 |
| 2.3 Hipotesis Penelitian.....                                    | 42 |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b>                                 |    |
| 3.1 Metode yang Digunakan.....                                   | 43 |
| 3.1.1 Analisis Deskriptif.....                                   | 43 |
| 3.1.2 Metode Asosiatif.....                                      | 46 |
| 3.2 Operasional Variabel.....                                    | 46 |
| 3.3 Sumber Data dan Cara Penentuan Data Informasi.....           | 49 |
| 3.3.1 Sumber dan Jenis Data.....                                 | 49 |
| 3.3.2 Cara Penentuan Data.....                                   | 51 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data.....                                 | 54 |
| 3.5 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis.....                    | 55 |
| 3.5.1 Uji Keabsahan Data.....                                    | 55 |
| 3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....                                     | 59 |
| 3.5.3 Metode Analisis Data.....                                  | 61 |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN, PEMBAHASAN DAN PEMECAHAN MASALAH</b> |    |
| 4.1 Gambaran Umum Pertamina.....                                 | 65 |
| 4.1.1 Profil Pertamina.....                                      | 65 |
| 4.1.2 Sejarah Pertamina.....                                     | 66 |
| 4.2 Hasil Penelitian Karakteristik/Profil Responden.....         | 69 |

|                                                                                      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 4.2.1 Jenis Kelamin.....                                                             | 70         |
| 4.2.2 Usia.....                                                                      | 70         |
| 4.2.3 Status Perkawinan.....                                                         | 71         |
| 4.2.4 Tempat Tinggal (Rt).....                                                       | 72         |
| 4.2.5 Pendidikan Terakhir.....                                                       | 73         |
| 4.2.6 Pengeluaran Perbulan.....                                                      | 75         |
| 4.2.7 Status Pekerjaan.....                                                          | 76         |
| 4.2.8 Pembelian Bahan Bakar Minyak Pertamina 2 kali dalam 1<br>Minggu Terakhir.....  | 77         |
| 4.3 Hasil Uji Validitas.....                                                         | 78         |
| 4.3.1 Hasil Uji Validitas Citra Merek.....                                           | 78         |
| 4.3.2 Hasil Uji Validitas Kepercayaan Merek.....                                     | 79         |
| 4.3.3 Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan.....                                   | 80         |
| 4.4 Hasil Uji Reliabilitas.....                                                      | 81         |
| 4.4.1 Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek.....                                        | 81         |
| 4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan Merek.....                                  | 82         |
| 4.4.3 Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Pelanggan.....                                | 84         |
| 4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....                                                     | 85         |
| 4.5.1 Uji Multikolinieritas.....                                                     | 85         |
| 4.5.2 Uji Heterokedastisitas.....                                                    | 87         |
| 4.5.3 Uji Normalitas.....                                                            | 88         |
| 4.6 Hasil Analisa Regresi Berganda.....                                              | 90         |
| 4.6.1Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap<br>Loyalitas Pelanggan..... | 90         |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>                                                    |            |
| 5.1 Kesimpulan.....                                                                  | 96         |
| 5.2 Saran.....                                                                       | 98         |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                                           | <b>99</b>  |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                                                 | <b>102</b> |

## DAFTAR TABEL

|            |                                                                                                                     |    |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.1  | Top Brand Awart SPBU 2016 .....                                                                                     | 4  |
| Tabel 3.1  | Skala Likert.....                                                                                                   | 44 |
| Tabel 3.2  | Kategori Skala .....                                                                                                | 45 |
| Tabel 3.3  | Variabel Penelitian.....                                                                                            | 46 |
| Tabel 3.4  | Skala Likert.....                                                                                                   | 54 |
| Tabel 3.5  | Tingkat Reabilitas Instrumen bisa dilihat dari (r alpha) .....                                                      | 58 |
| Tabel 4.1  | Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....                                                                     | 70 |
| Tabel 4.2  | Profil Responden Berdasarkan Usia .....                                                                             | 71 |
| Tabel 4.3  | Profil Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....                                                                 | 72 |
| Tabel 4.4  | Profil Responden Berdasarkan Tempat Tinggal.....                                                                    | 73 |
| Tabel 4.5  | Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....                                                               | 74 |
| Tabel 4.6  | Profil Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan .....                                                             | 75 |
| Tabel 4.7  | Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....                                                                 | 76 |
| Tabel 4.8  | Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan Pembelian<br>Bahan Bakar Minyak Pertamina 2 kali dalam 1 minggu ..... | 77 |
| Tabel 4.9  | Uji Validitas Citra Merek .....                                                                                     | 78 |
| Tabel 4.10 | Uji Validitas Kepercayaan Merek.....                                                                                | 79 |
| Tabel 4.11 | Uji Validitas Loyalitas Pelanggan .....                                                                             | 80 |
| Tabel 4.12 | Uji Realiabilitas Citra Merek.....                                                                                  | 81 |
| Tabel 4.13 | Uji Realiabilitas Kepercayaan Merek .....                                                                           | 83 |
| Tabel 4.14 | Uji Realiabilitas Loyalitas Pelanggan.....                                                                          | 84 |
| Tabel 4.15 | Hasil Uji Multikolonieritas .....                                                                                   | 86 |
| Tabel 4.15 | Hasil Determinasi Citra Merek dan Kepercayaan Merek<br>Terhadap Loyalias Pelanggan.....                             | 90 |
| Tabel 4.15 | Hasil Penghitungan Anova .....                                                                                      | 92 |
| Tabel 4.15 | Hasil Coeffivieat Citra Merek Dan Kepercayaan Merek<br>Terhadap Loyalitas Pelanggan.....                            | 93 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                      |    |
|------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 <i>The Customer Loyalty Pyramid</i> ..... | 37 |
| Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran .....                  | 41 |
| Gambar 4.1 Hasil Uji Herokedastisitas .....          | 87 |
| Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas .....                | 89 |

