

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *BRAND TRUST*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PEMBELIAN
SAMPO *PANTENE* DI KELURAHAN KAYU PUTIH
JAKARTA TIMUR**

*(Studi Kasus : Pengguna Sampo Pantene Di Kelurahan Kayu Putih Jakarta
Timur)*

***THE INFLUENCE OF THE BRAND IMAGE AND CUSTOMER
LOYALTY BRAND TRUST ON THE PURCHASE OF
PANTENESHAMPOO KAYU PUTIH URBAN VILLAGE EAST
JAKARTA***

(Case Study: Shampoo Pantene Users in Kelurahan Kayu Putih Jakarta Timur)

Oleh:

Sariah Nurul Isnaeni

2017410217

SKRIPSI



**PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA**

2022

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA PEMBELIAN SAMPO
PANTENE DI KELURAHAN KAYU PUTIH JAKARTA TIMUR**
(Studi Kasus : Pengguna Sampo *Pantene* di Kelurahan Kayu Putih Jakarta Timur)

***THE INFLUENCE OF THE BRAND IMAGE AND CUSTOMER
LOYALITY BRAND TRUST ON THE PURCHASE OF THE
PANTENE SHAMPOO KAYU PUTIH URBAN VILLAGE EAST
JAKARTA***

(Case Study : Shampoo Pantene Users in Kayu Putih Urban Village East Jakarta)

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian memperoleh gelar
Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen pada
Universitas Dharma Persada

Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal tertera dibawah ini


Jakarta, 25 Februari 2022


Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si


Dosen Pembimbing


Dr. Firsan Nova, S.E., M.M
Penguji I


Ellena Nurfazria H., S.E., M.M
Penguji II


Melani Quintania, S.E., M.Pd
Penguji III


Mu'man Nuryana, Ph.D
Dekan Fakultas Ekonomi


Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si
Ketua Jurusan

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA PEMBELIAN SAMPO
PANTENE DI KELURAHAN KAYU PUTIH JAKARTA TIMUR**
(Studi Kasus : Pengguna Sampo *Pantene* di Kelurahan Kayu Putih Jakarta Timur)

***THE INFLUENCE OF THE BRAND IMAGE AND CUSTOMER
LOYALITY BRAND TRUST ON THE PURCHASE OF THE
PANTENE SHAMPOO KAYU PUTIH URBAN VILLAGE EAST
JAKARTA***

(Case Study :Shampoo Pantene Users in Kayu Putih Urban Village East Jakarta)

Oleh:

Sariah Nurul Isnaeni

2017410217

SKRIPSI

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing pada tanggal 18 Januari 2022



Dian Anggraeny Rahim, S.E. M.Si

Dosen Pembimbing

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sariah Nurul Isnaeni

NIM : 2017410217

Fakultas : Ekonomi

Jurusan/Peminatan : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul "**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PEMBELIAN SAMPO *PANTENE* (Studi kasus Pengguna Sampo *Pantene* Di Kelurahan Kayu Putih Jakarta Timur)**", yang dibimbing oleh Ibu Dian Anggraeny Rahim, S.E M.Si selaku Dosen Pembimbing adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya tulis orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggung jawabkannya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 25 Februari 2022

Yang membuat pernyataan

The image shows an official stamp of Universitas Padjadjaran (UNPAD) on the left, featuring the university's logo and name. To the right of the stamp is a handwritten signature in black ink. Below the signature, the text "METRATRAPEL" and the number "23A.00385699992" are visible.

Sariah Nurul Isnaeni

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan *Brand Image* dan *Brand Trust* terhadap loyalitas pelanggan pada pembelian sampo *Pantene*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada 100 responden yaitu pengguna sampo *Pantene* yang berada di Kelurahan Kayu Putih Jakarta Timur. Pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dan regresi linear sederhana.

Hasil penelitian: menunjukkan bahwa (1) pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* terhadap loyalitas pelanggan pada pembelian sampo *Pantene* berpengaruh positif dan signifikan. (2) pengaruh *Brand Image* terhadap loyalitas pelanggan pembelian sampo *Pantene* berpengaruh positif dan signifikan. (3) *Brand Trust* terhadap loyalitas pelanggan pembelian sampo *Pantene* berpengaruh positif dan signifikan.

Kata kunci: *Brand Image*, *Brand Trust*, Loyalitas Pelanggan, Regresi Linear Berganda, Regresi Linear Sederhana

ABSTRACT

This research was conducted with the aim of knowing the significant effect of Brand Image and Brand Trust on customer loyalty purchasing Shampoo Pantene. Data was collected by distributing questionnaires to 100 respondents, Shampoo paneten users in Kayu Putih Village, East Jakarta. Sampling using non-probability sampling with purposive sampling. The analytical tool used is multiple linear regression and simple linear regression.

The results of the study: (1) the effect of Brand Image and Brand Trust on customer loyalty purchasing Shampoo Pantene has a positive and significant effect. (2) the effect of Brand Image on customer loyalty purchasing Shampoo Pantene has a positive and significant effect. (3) Brand Trust on customer loyalty purchasing Shampoo Pantene has a positive and significant effect.

Keywords: Brand Image, Brand Trust, Customer Loyalty, Multiple Linear Regression, Simple Linear Regression

KATA PENGANTAR

Puji syukur hanyalah untuk Allah SWT Tuhan Semesta Alam, atas Karunia-Nya yang selalu dilimpahkan kepada kita semua. Sholawat dan Salam semoga senantiasa tercurahkan pada Nabi Muhammad SAW yang telah menyampaikan Risalah dan Syari'at Islam kepada umat manusia.

Atas Rahmat Allah SWT, akhirnya penulis bisa menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul **“PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PEMBELIAN SAMPO *PANTENE* (Studi kasus Pengguna Sampo *Pantene* Di Kelurahan Kayu Putih Jakarta Timur)”** yang difokuskan pada konsumen susu cair Frisian Flag di DKI Jakarta. Proposal skripsi ini merupakan syarat untuk mencapai gelar Sarjana Starta-1 (S1) Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung hingga terselesainya skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Melani Quintania, SE.,M.Pd selaku Dosen Pembimbing dalam penulisan proposal skripsi.
2. Ibu Dian Anggraeny Rahim, SE, M.Si selaku Ketua Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Bapak Dr. Ir. Mu'Man Nuryana, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah membantu dalam proses belajar selama masa perkuliahan.
5. Seluruh *Staff* Sekretariat Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

6. Untuk semua keluarga terutama orang tua tercinta, terima kasih atas cinta, kasih sayang dan doanya yang selalu menyertai anakmu ini, semoga Allah SWT selalu melimpahkan Rahmat dan kasih sayang kepadanya.
7. Keluarga Besarku terima kasih atas semuanya yang selalu memberikan kebahagiaan dalam keluarga ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih belum sempurna. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini ada manfaatnya bagi penulis dan pembaca sebagai penambah ilmu pengetahuan. Penulis juga menyampaikan ucapan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.

Sekiranya tidak ada kata yang pantas diucapkan kecuali ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya, dengan iringan do'a semoga bantuan mereka menjadi amal sholeh dan mendapat Ridho dari Allah SWT. Amin.

Jakarta, 25 Februari 2022

Sariah Nurul Isnaeni

DAFTAR ISI

SURAT PERSETUJUAN.....	1
KATA PENGANTAR	5
DAFTAR ISI	7
DAFTAR TABEL	9
DAFTAR GAMBAR	11
DAFTAR LAMPIRAN.....	12
BAB I	13
PENDAHULUAN	13
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi, Pembahasan dan Rumusan Masalah	8
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	9
1.2.3 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Kegunaan Penelitian	10
BAB II.....	11
LANDASAN TEORI	11
2.1. Landasan Teori.....	11
2.1.1. Manajemen Pemasaran	11
2.1.2 <i>Brand Image</i>	12
2.1.3 <i>Brand Trust</i>	13
2.1.4. Loyalitas Pelanggan	15
2.2 Penelitian Sebelumnya	25
2.3 Kerangka Pemikiran	30
BAB III	34
METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Metode yang Digunakan	34
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	34
3.3. Operasional Variabel	34
3.4 Sumber dan Cara Penentuan Data	36

3.4.1	Jenis Penelitian	36
3.4.2	Jenis Data.....	36
3.4.3	Populasi dan Sampel.....	36
3.4.4	Jenis Data Menurut Cara Memperolehnya	37
3.4.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.5	Rencana Analisis dan Uji Hipotesis	41
3.5.1	Uji Keabsahan Data	41
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	42
3.5.3	Alat Analisis yang Digunakan	45
BAB IV.....		50
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	50
4.1.1	Sejarah P&G.....	50
4.1.2	Sejarah Sampo <i>Pantene</i>	51
4.2	Hasil Penelitian	53
4.2.1	Profil Responden	53
4.2.2	Tanggapan Responden Mengenai Variabel.....	57
4.3.3	Uji Keabsahan Data.....	79
4.3	Alat Analisi.....	82
4.4	Hasil Uji Hipotesis	87
4.5	Uji Asumsi Klasik.....	90
4.6	Pembahasan & Pemecahan Masalah.....	94
BAB V		97
5.1	Kesimpulan	97
5.2	Saran.....	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 10 Rekomendasi sampo untuk masalah rambut rontok	4
Tabel 1.2 8 Rekomendasi sampo untuk rambut sehat	4
Tabel 1.3 10 Rekomendasi sampo anti ketombe	7
Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	26
Tabel 3.1 Operasional Variabel	35
Tabel 3.2 Skala Likert.....	40
Tabel 3.3 Interpretasi Nilai Hasil Tanggapan	40
Tabel 3.4 Koefisien Determinasi.....	47
Tabel 4.1 Tingkat Pengembalian Kuesioner	53
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	55
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	56
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	56
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai <i>Pantene</i> dikenal dengan merek sampo berkualitas	38
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai <i>Pantene</i> memiliki keharuman yang sangat wangi sehingga banyak dikenal oleh masyarakat	59
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai <i>Pantene</i> memiliki reputasi yang baik di kalangan masyarakat	60
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai <i>Pantene</i> memiliki citra yang baik di kalangan masyarakat	61
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai <i>Pantene</i> memiliki banyak varian kemasan yang unik.....	62
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai <i>Pantene</i> memiliki banyak varian wangi yang jarang digunakan oleh sampo lain	63
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Mengenai saya percaya pada mutu sampo <i>Pantene</i>	64
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Mengenai saya yakin <i>Pantene</i> memiliki <i>impact</i> yang baik bagi rambut.....	65
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Mengenai Sampo <i>Pantene</i> dapat	

diandalkan untuk merawat rambut.....	66
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Mengenai Sampo <i>Pantene</i> memiliki manfaat baik bagi saya.....	67
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Mengenai Saya merasa nyaman ketika menggunakan produk sampo <i>Pantene</i>	68
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Mengenai Sampo <i>Pantene</i> memiliki kualitas yang baik dan harga yang terjangkau.	69
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Mengenai <i>Pantene</i> memberikan informasi yang benar.	70
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Mengenai Manfaat yang diberikansesuai dengan yang dijanjikan.	71
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Mengenai Sampo <i>Pantene</i> memberikan rasa nyaman saat digunakan.....	72
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Mengenai Sampo <i>Pantene</i> tidak memberikan dampak yang buruk bagi rambut saya	73
Tabel 4. 23 Tanggapan Responden Mengenai Saya akan membeli sampo <i>Pantene</i> secara berulang	74
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Mengenai Saya akan membeli sampo <i>Pantene</i> secara berulang	75
Tabel 4.25 Tanggapan Responden Mengenai Saya tidak akan beralih ke produk sampo lain.....	76
Tabel 4.26 Tanggapan Responden Mengenai Saya tidak terpengaruh tentang ajakan teman untuk menggunakan produk lain	77
Tabel 4.27 Tanggapan Responden Mengenai Saya menghiraukan resepsi orang lain mengenai produk sampo <i>Pantene</i>	78
Tabel 4.28 Tanggapan Responden Mengenai Saya mengupload ke media sosial setelah membeli produk sampo <i>Pantene</i>	79
Tabel 4.29 Tanggapan Responden Mengenai Saya merekomendasikan sampo <i>Pantene</i> kepada teman dan keluarga.....	80
Tabel 2.30 Tanggapan Responden Mengenai merekomendasikan sampo <i>Pantene</i> kepada teman dan keluarga.....	80
Tabel 4.31 Uji Validitas.....	81
Tabel 4.47 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis.....	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Top Brand Index Sampo Tahun 2016.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 4.1 Logo sampo <i>Pantene</i>	52
Gambar 4.2 Analisis Grafik Uji Normalitas	90
Gambar 4.3 Analisi Grafik Uji Hateroskedastisitas.....	93



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Riwayat Hidup	100
Lampiran 2 kuesioner	101
Lampiran 3 Tabel Responden.....	107
Lampiran 4 Tabulasi Data Variabel <i>Brand Image</i>	109
Lampiran 5 Tabulasi Data Variabel <i>Brand Trust</i>	111
Lampiran 6 Tabulasi Data Variabel Loyalitas Pelanggan	114
Lampiran 7 Tabel R	117
Lampiran 8 Tabel F	121
Lampiran 9 Tabel t	123

