

**KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL *MEDIATING* PADA  
HUBUNGAN ANTARA *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN DI I-ONE ES PUTER TRADISIONAL**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :

**GABRIELA ARMANDA AUDREY WIDODO**  
**NPM : 20420116**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2024

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Nama : Gabriela Armanda Audrey Widodo  
NPM : 20420116  
Alamat : Jl. Simo Gunung Barat Gang II A No. 33  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Keputusan Pembelian Sebagai Variabel *Mediating* Pada Hubungan Antara *Brand Image* Terhadap Loyalitas Pelanggan Di I-ONE Es Puter Tradisional”** bukan merupakan plagiasi atau sanduran dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Surabaya, 13 Februari 2024

Yang Membuat Pernyataan,



(Gabriela Armanda Audrey Widodo)

NPM : 20420116

SKRIPSI

KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL MEDIATING PADA  
HUBUNGAN ANTARA BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
DI I-ONE ES PUTER TRADISIONAL

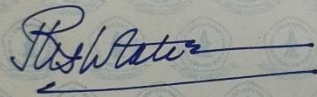
Diajukan oleh :

GABRIELA ARMANDA AUDREY WIDODO

NPM : 20420116

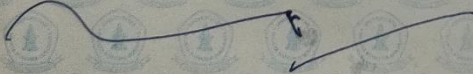
TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Prof. Dr. Drs. Hj Ruswiati Suryasaputra, SE, MSi Tanggal, *25 Januari 2024*

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM

Tanggal, *31 Januari 2024*

**SKRIPSI**  
**KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL MEDIATING PADA**  
**HUBUNGAN ANTARA BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**  
**DI I-ONE ES PUTER TRADISIONAL**

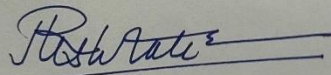
**Dipersiapkan dan disusun oleh :**

**GABRIELA ARMANDA AUDREY WIDODO**

NPM : 20420116

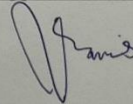
Susunan Dewan Penguji

Dosen Pembimbing



Prof. Dr. Drs. Hj. Ruswiati Suryasaputra., SE, MSi

Anggota Dewan Penguji



Evianah, SE., M.Si



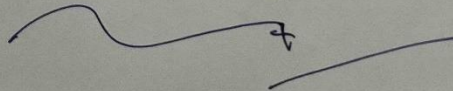
Husni Indrawati Wijaya Putri, SE., M.Si.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal...31 Januari 2024.....

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM

## **ABSTRAK**

Tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana keputusan pembelian sebagai variabel mediator hubungan antara citra merek dan loyalitas pelanggan I-ONE Es Puter Tradisional. Metode kuantitatif dengan menggunakan model analisis jalur (*Path Analysis*) dan SPSS V.20. Temuan studi bahwa citra merek memengaruhi loyalitas pelanggan dan keputusan pembelian, variabel keputusan pembelian adalah variabel mediasi yang memengaruhi hubungan antara variabel citra merek dan loyalitas

**Kata Kunci :** *Brand Image*, Keputusan Pembelian, dan Loyalitas Pelanggan

## **ABSTRACT**

*The purpose of the study was to find out how purchasing decisions as a mediator variable of the relationship between brand image and customer loyalty of I-ONE Es Puter Tradisional. Quantitative method using Path Analysis and SPSS V.20. The study findings that brand image affects customer loyalty and purchase decisions, purchase decision variables are mediating variables that influence the relationship between brand image variables and loyalty.*

**Keywords :** *Brand Image, Purchasing Decisions, and Customer Loyalty*

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmatnya maka skripsi yang berjudul “KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL *MEDIATING* HUBUNGAN *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN I-ONE ES PUTER TRADISIONAL” dapat saya selesaikan dengan baik.

Tujuan penyusunan skripsi ini adalah guna memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada S-1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan, hal ini disebabkan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Dalam kesempatan ini, penulis menghaturkan banyak terima kasih kepada pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini. Terima kasih yang mendalam penulis persembahkan untuk :

1. Bapak Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp.THT-KL (K), FICS, selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM., M.Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Bapak Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

4. Ibu Dr. Dwi Bhakti Iriantini, SE, M.Si. selaku Dosen Wali terimakasih atas bimbingan dan bantuannya selama studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
5. Ibu Husni Indrawati Wijaya Putri, SE., MM. selaku Dosen Pengajar terimakasih telah memberikan arahan selama studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
6. Ibu Dr. Kristiningsih, SE., M.Si selaku Dosen Pengajar terimakasih atas bantuannya selama studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
7. Ibu Prof. Dr. Dra. Hj. Ruswiati Suryasaputra, SE, MS selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga serta pikirannya dalam membimbing serta memberikan arahan kepada saya demi menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen Prodi Manajemen serta tenaga kependidikan Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah banyak memberikan bantuan selama proses perkuliahan.
9. Untuk keluarga tersayang, Bapak Slamet Widodo, Ibu Mami Fajarwati, adek Debora Ellen Putri Widodo, Mahanaim Alfredo Putra Widodo, dan Cecilia Javelin Putri Widodo.
10. Untuk keluarga besar yang ada di Semarang maupun Klaten yang selalu membantu, memberikan dukungan dan semangat selama ini.
11. Untuk Nurul Miftahul Janah, Melani Septi Cahyanti, Aulia Sabrina Kamala, Fauzia Wasiyah, Helen Budi Sanjaya, Chavietta Urilea



Yulianto, dan teman-teman yang mungkin tidak bisa disebutkan semuanya, terimakasih telah menemani dan mensupport selama ini.

12. Untuk Shafa Shalsabilla, Fena Ariska, Rafaricha Berynda Setyawan, Alexius Elang Dwi Putra Dewa, Dewa Mahardhika, Hanaan Nabih, Bram Kusuma, Ainul Hustab, Dimas Bagus, Achmad Reva, Muhammad Rizal, terimakasih telah menemani dari awal perkuliahan sampai saat ini.

13. Untuk Septiana Dwi, Charolina Theresia, Susi Susesti, Dita Aivia Hapsari, Fika Risqi Wulandari, Aulia Mahfudatus Sholikhah yang selalu mengingatkan, menasihati, dan membantu selama perkuliahan.

14. Untuk Rere Adelia Puspitasari terimakasih sudah menjadi patner sedosen pembimbing yang selalu memberi semangat, saran dan meluangkan banyak waktunya untuk membantu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

15. Gabriela Armanda Audrey Widodo, ya! diri saya sendiri. Terima kasih sudah kuat dan mau bertahan sejauh ini. Terima kasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai di titik ini, walau sering berputus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terima kasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah. Terima kasih juga karena tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi dan telah menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri

sendiri. Berbahagialah selalu dimanapun kamu berada, Ela. Apapun kurang dan lebihmu mari merayakan diri sendiri.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan segala bentuk saran dan kritik serta masukan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

Surabaya, Januari 2024

Penulis

(Gabriela Armanda Audrey Widodo)

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Skripsi.....	6
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	7
2.1.2 Loyalitas Pelanggan.....	9
2.1.3 Pengertian Brand Image.....	10
2.1.4 Pengertian Keputusan Pembelian.....	12
2.2 Penelitian Sebelumnya.....	14
2.3 Hipotesis dan Model Analisis.....	21
2.3.1 Hipotesis Penelitian.....	21
2.3.2 Model Analisis.....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>24</b>
3.1 Pendekatan Penelitian.....	24
3.2 Populasi dan Sampel.....	24
3.2.1 Populasi.....	24
3.2.2 Sampel.....	24
3.3 Identifikasi Variabel.....	25
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	26
3.5 Jenis dan Sumber data.....	28
3.5.1 Jenis data.....	28
3.5.2 Sumber data.....	28
3.6 Prosedur Pengumpulan Data.....	29
3.7 Teknik Analisis Data.....	29
3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	29
3.7.2 Uji t.....	30
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	30
3.7.4 Uji Regresi Linear Berganda.....	31
3.7.5 Analisis Jalur.....	32

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>34</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian..... 34
4.2	Hasil Penelitian..... 36
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 36
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... 36
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... 37
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian..... 37
4.3.1	Deskripsi Jawaban Responden..... 38
4.4	Analisis Data..... 42
4.4.1	Uji Validitas..... 42
4.4.2	Uji Reliabilitas..... 44
4.4.3	Uji t..... 45
4.4.4	Uji Asumsi Klasik..... 49
4.4.5	Uji Regresi Linier Berganda..... 52
4.4.6	Uji Analisis Jalur..... 55
4.5	Pembahasan..... 56
<b>BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN.....</b>	<b>59</b>
5.1	Kesimpulan..... 59
5.2	Saran..... 59
5.3	Keterbatasan..... 60
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Menurut Usia.....	36
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Menurut Pekerjaan.....	37
Tabel 4.4 Kategori Jawaban Responden.....	37
Tabel 4.5 Jawaban Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan.....	38
Tabel 4.6 Jawaban Responden Mengenai Brand Image.....	39
Tabel 4.7 Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian.....	41
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	44
Tabel 4.10 Hasil Analisis Uji t (Tahap 1).....	45
Tabel 4.11 Hasil Analisis Uji t (Tahap 2).....	46
Tabel 4.12 Hasil Analisis Uji t (Tahap 2).....	47
Tabel 4.13 Hasil Uji Autokorelasi (Tahap 1).....	51
Tabel 4.14 Hasil Uji Autokorelasi (Tahap 2).....	51
Tabel 4.15 Hasil Uji Autokorelasi (Tahap 2).....	52
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda (Tahap 1).....	52
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda (Tahap 2).....	53
Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi Linear Berganda (Tahap 2).....	54

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 R. Aj. EP. Apriliani (2019).....	14
Gambar 2.2 Fransisca Paramitasari Musay (2013).....	15
Gambar 2.3 Eko Boedhi Santoso, Joko Samboro (2017).....	15
Gambar 2.4 Dicky Wahyu Prasetyo, Wahyu Murti (2021).....	16
Gambar 2.5 Khoiriyah Indra Cahyani, Rr. Endang Sutrasmawati (2016).....	16
Gambar 2.6 Elza Veronika, Burhanudin, dan Ida Aryati (2018).....	16
Gambar 2.7 Melias oliviana, Lisbeth Mananeke, Christoffel Mintardjo (2017).....	17
Gambar 2.8 Supriyadi, Wahyu Wiyani, Ginanjar Indra K.N (2017).....	17
Gambar 2.9 Abid Muhtarom, Muhamad Imam Syairozi, Hesty Lovi Yonita (2022).....	19
Gambar 2.10 Nurjaya, Nur Imam Dutawaskita, Heri Erlangga, H. Hastono, Denok Sunarsi (2022).....	19
Gambar 2.11 Firanzulah, Vinny Dwi Rahim Safavi, Anggi Nadia Jeni Saputri, Ajat Sudrajat (2021).....	19
Gambar 2.12 Puput Yunita, Lies Indriyatni (2022).....	20
Gambar 2.13 Siti Zahroniya, Mohammad Yahya Arief, Yudha Praja (2022)	20
Gambar 2.14 Model Analisis.....	23
Gambar 3.1 Model Analisis Jalur.....	32
Gambar 4.1 Logo I-ONE Es Puter Tradisional.....	34
Gambar 4.2 Kurva Distribusi Uji t (Tahap 1) Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian.....	46
Gambar 4.3 Kurva Distribusi Uji t (Tahap 2) Pengaruh Brand Image terhadap Loyalitas Pelanggan.....	47
Gambar 4.4 Kurva Distribusi Uji t (Tahap 2) Pengaruh Keputusan Pembelian terhadap Loyalitas Pelanggan.....	48
Gambar 4.5 Grafik Pengujian Normalitas (Tahap 1).....	49
Gambar 4.6 Grafik Pengujian Normalitas (Tahap 2).....	49
Gambar 4.7 Grafik Pengujian Heterokedastisitas (Tahap 1).....	50
Gambar 4.8 Grafik Pengujian Heterokedastisitas (Tahap 2).....	51
Gambar 4.9 Model Analisis Jalur.....	56

## **DAFTAR LAMPIRAN**

<b>Lampiran 1</b>	<b>Kuesioner</b>
<b>Lampiran 2</b>	<b>Penelitian Sebelumnya</b>
<b>Lampiran 3</b>	<b>Tabulasi Data</b>
<b>Lampiran 4</b>	<b>Uji Validitas dan Reliabilitas</b>
<b>Lampiran 5</b>	<b>Uji t, Regresi Linear Berganda, dan Asumsi Klasik</b>
<b>Lampiran 6</b>	<b>Tabel pengujian nilai t</b>