

**PENGARUH CITRA MEREK, ATRIBUT PRODUK, DAN PREFERENSI  
KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK  
SUSU ULTRA MILK DI MAHASISWA UNIVERSITAS WIJAYA  
KUSUMA SURABAYA**

**SKRIPSI**

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



Diajukan Oleh :

**ADELIA DINDA PRAMESWARI**

**NPM : 20420016**

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

**2024**

## **SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

**Nama** : **Adelia Dinda Prameswari**

**NPM** : **20420016**

**Alamat** : **JL. Petemon II A No. 138C**

**Program Studi** : **Manajemen**

**Fakultas** : **Ekonomi dan Bisnis**

Dengan ini menyatakan skripsi dengan judul **“PENGARUH CITRA MEREK, ATRIBUT PRODUK, PREFERENSI KONSUMEN DAN LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK SUSU ULTRA MILK (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)”** adalah benar-benar karya saya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, Juli 2024

Yang membuat pernyataan,

(Adelia Dinda Prameswari)

NPM : 20420016

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH CITRA MEREK, ATRIBUT PRODUK, DAN  
PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN  
PADA SUSU ULTRA MILK DI UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA  
SURABAYA**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

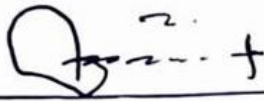
ADELIA DINDA PRAMESWARI

NPM : 20420016

Susunan Dewan Penguji

DOSEN PEMBIMBING

KETUA TIM PENGUJI



Dr. Wahyudiono, SE., MM.



Husni Indrawati Wijaya Putri, SE., MM

ANGGOTA DEWAN PENGUJI



Dr. Santirianingrum Soebandhi, SE., M.Con

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal .../.../... Juli 2024



Dr Adrianto Trimarjono, SE, MM

Ketua Program Studi Manajemen

**HALAMAN PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH CITRA MEREK, ATRIBUT PRODUK, DAN PREFERENSI  
KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA SUSU  
ULTRA MILK DI UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

Diajukan oleh :

**ADELIA DINDA PRAMESWARI**

**NPM : 20420016**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH**

**DOSEN PEMBIMBING**



**Dr. Wahyudiono, SE., MM**

**Tanggal, 19 Juni 2024**

**KETUA PROGRAM STUDI**



**Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM**

**Tanggal, 19 Juni 2024**

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT, yang senantiasa memberikan limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“PENGARUH CITRA MEREK, ATRIBUT PRODUK, DAN PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK SUSU ULTRA MILK DI UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA”** dapat diselesaikan dengan baik, sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah mendapatkan banyak, dukungan, bantuan, bimbingan, doa dan nasehat dari berbagai pihak sehingga pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.

1. Kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala nikmat, rahmat, kesehatan, kemudahan dan kelancaran sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Prof Dr. H Widodo Ario Kentjono, Sp. THT-KL (K), FICS., selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Bapak Drs.Ec.Gimanto Gunawan, MM, M.Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Bapak Dr Adrianto Trimarjono, SE, MM., sekali Ketua Program Studi (Kaprod) Ekonomi Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
5. Bapak Dr. Wahyudiono, SE., MM. Selaku dosen pembimbing yang telah bersedia menyempatkan dan meluangkan waktu dalam mengarahkan, membimbing, serta memberi saran yang sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi dengan baik.
6. Ibu Ni Ketut Yulia A., SE., MM. Selaku Dosen Wali yang telah memberikan arahan dan bantuan selama kuliah serta memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu dalam kegiatan belajar mengajar selama berada di kampus.
8. Keluarga saya, Ayah, Kakak – kakak dan keponakan saya yang tiada hentinya memberikan dorongan dan dukungan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi.
9. Teman-teman penulis Enggrasia Putri Agnesti, Niswa Adila Fida Sauqina, Diah Ayu Herawati, Annisa Hermalia Putri dan teman-teman yang tidak dapat disebutkan oleh peneliti yang telah memberikan bantuan dalam keadaan apapun serta memotivasi penulis agar menyelesaikan skripsi ini.
10. Diri saya sendiri, yang mampu bertahan sampai detik ini, yang telah kuat dan percaya kepada diri sendiri dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas kerja keras yang telah diluangkan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih terdapat kekurangan sehingga mohon maaf jika ada hal yang kurang berkenan bagi pembaca. Penulis juga mengharapkan adanya kritik dan saran dari pembaca, agar nantinya dapat menjadi skripsi yang lebih baik lagi. Semoga dengan adanya skripsi ini dapat bermanfaat dan membantu pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 11 Juli 2024

Adelia Dinda Prameswari

## **ABSTRAK**

Tujuan penelitian tertulis ialah mengetahui hubungan antara loyalitas konsumen dengan citra merek, atribut produk, dan preferensi konsumen. Namun, penelitian ini juga bertujuan mengetahui bagaimana preferensi konsumen, atribut produk, dan citra merek secara tidak langsung mempengaruhi loyalitas pengguna produk Ultra Milk. Penelitian tertulis menggunakan desain penelitian kuantitatif. Sasaran penelitian yakni mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya angkatan 2020 yang telah membeli produk Ultra Milk. Sampel yang digunakan sejumlah 105 responden. Dengan kriteria yang telah ditentukan, maka strategi pengambilan sampel digunakan yakni purposive sampling. Dengan menyebarkan kuesioner, sumber data dikumpulkan. Teknik analisis data di penelitian tertulis mempergunakan Analisis Regresi Linear Berganda melalui *software* SPSS. Hasil dari pengujian yang sudah dilaksanakan menguraikan Citra Merek terdapat pengaruh positif serta signifikan terhadap Loyalitas Konsumen, Atribut Produk terdapat pengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Konsumen, dan Preferensi Konsumen terdapat pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen.

**Kata kunci : Citra Merek, Atribut Produk, Preferensi Konsumen, dan Loyalitas Konsumen**

## **ABSTRACT**

*The purpose of the written research is to determine the relationship between consumer loyalty and brand image, product attributes, and consumer preferences. However, this study also aims to determine how consumer preferences, product attributes, and brand image indirectly affect the loyalty of Ultra Milk product users. The written research uses a quantitative research design. The target of the research is students of Wijaya Kusuma University Surabaya class of 2020 who have purchased Ultra Milk products. The sample used was 105 respondents. With the predetermined criteria, the sampling strategy used was purposive sampling. By distributing questionnaires, data sources were collected. The data analysis technique in the written research used Multiple Linear Regression Analysis through SPSS software. The results of the tests that have been carried out describe that Brand Image has a positive and significant influence on Consumer Loyalty, Product Attributes have a significant positive influence on Consumer Loyalty, and Consumer Preferences have a significant influence on Consumer Loyalty.*

***Keywords: Brand Image, Product Attributes, Consumer Preferences, and Consumer Loyalty***



## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penulisan.....	12
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA.....</b>	<b>14</b>
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	14
2.1.1.1 Proses Perencanaan Pemasaran .....	15
2.1.1.2 Fungsi Pemasaran .....	15
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	16
2.1.3 Marketing Mix .....	16
2.1.3.1 Pengertian Marketing Mix .....	16
2.1.4 Citra Merek .....	19
2.1.4.1 Pengertian Citra Merek.....	19
2.1.4.2 Indikator – Indikator Citra Merek .....	20
2.1.4.3 Aspek Citra Merek .....	23
2.1.5 Atribut Produk .....	24
2.1.5.1 Pengertian Atribut Produk.....	24
2.1.5.2 Indikator – Indikator Atribut Produk.....	25

2.1.5.3 Ciri – Ciri Atribut Produk.....	28
2.1.6 Preferensi Konsumen .....	29
2.1.6.1 Pengertian Preferensi Konsumen.....	29
2.1.6.2 Indikator – Indikator Preferensi Konsumen .....	30
2.1.6.3 Faktor – Faktor Preferensi Kosumen.....	31
2.1.7 Loyalitas Konsumen .....	32
2.1.7.1 Pengertian Loyalitas Konsumen.....	32
2.1.7.2 Indikator – Indikator Loyalitas Konsumen.....	33
2.1.7.3 Aspek – Aspek Loyalitas Konsumen.....	35
2.2 Penelitian Terdahulu .....	37
2.3 Model Penelitian .....	45
2.4 Hubungan Antar Variabel .....	45
2.4.1 Hubungan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen....	45
2.4.2 Hubungan Atribut Produk Terhadap Loyalitas Konsumen	46
2.4.3 Hubungan Preferensi Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen	
.....	47
2.5 Hipotesis .....	47
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>49</b>
3.1 Pendekatan Penelitian .....	49
3.2 Populasi Sampel .....	49
3.2.1 Populasi.....	49
3.2.2 Sampel.....	50
3.3 Identifikasi Variabel.....	52
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	52
3.4.1 Citra Merek .....	53
3.4.2 Atribut Produk .....	53
3.4.3 Preferensi Konsumen.....	54
3.4.4 Loyalitas Konsumen .....	55
3.5 Jenis dan Sumber Data .....	56
3.5.1 Jenis Data.....	56
3.5.2 Sumber Data.....	56
3.6 Prosedur Pengumpulan Data .....	56

3.6.1 Kuesioner .....	56
3.7 Teknik Analisis .....	58
3.7.1 Uji Validitas .....	59
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	59
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	60
3.7.3.1 Uji Normalitas .....	60
3.7.3.2 Uji Multikolinieritas .....	60
3.7.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	61
3.7.3.4 Uji Autokorelasi .....	61
3.7.4 Uji Hipotesis .....	61
3.7.4.1 Uji F (Uji Simultan).....	61
3.7.4.2 Uji T (Uji Parsial).....	62
3.7.4.3 Analisis Regresi Linear Berganda .....	63
3.7.4.4 Uji Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ).....	64
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>65</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	65
4.1.1 Sejarah Singkat Ultra Milk .....	65
4.1.2 Visi Ultra Milk .....	66
4.1.3 Misi Ultra Milk .....	67
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....	67
4.2.1 Profil Responden.....	67
4.2.2 Deskriptif Variabel Penelitian.....	68
4.2.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	69
4.2.3.1 Distribusi Jawaban Responden Variabel Citra Merek ( $X_1$ ) .....	69
4.2.3.2 Distribusi Jawaban Responden Variabel Atribut Produk ( $X_2$ ) .....	72
4.2.3.3 Distribusi Jawaban Responden Variabel Preferensi Konsumen ( $X_3$ ).....	74
4.2.3.4 Distribusi Jawaban Responden Variabel Loyalitas Konsumen (Y) .....	76
4.3 Analisis Model atau Pengujian Hipotesis.....	78

4.3.1 Uji Validitas .....	78
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	79
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	80
4.3.3.1 Uji Normalitas .....	80
4.3.3.2 Uji Multikolinieritas .....	81
4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	82
4.3.3.4 Uji Autokorelasi .....	83
4.3.4 Uji F (Simultan) .....	83
4.3.5 Uji T (Parsial) .....	84
4.3.6 Uji Regresi Linear Berganda .....	86
4.3.7 Uji Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ) .....	88
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian .....	88
4.4.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen .....	88
4.4.2 Pengaruh Atribut Produk Terhadap Loyalitas Konsumen ...	89
4.4.3 Pengaruh Preferensi Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen .....	90
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>91</b>
5.1 Simpulan.....	91
5.2 Saran.....	91
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>93</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>95</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Top Brand Award Penurunan Penjualan Tahun 2019-2023 .....	1
Gambar 1.2 Bukti Gambar yang Menunjukkan Susu Ultra Milk Menggumpal ....	4
Gambar 1.3 Pengaruh Adanya Isu Pada Ultra Milk.....	5
Gambar 2.1 Model Penelitian .....	46
Gambar 4.1 Logo Ultra Milk .....	65
Gambar 4.2 Grafik Pengujian Normalitas.....	80
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	82

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Bukti Komentar Mengenai Video Susu Ultra Milk.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	38
Tabel 3.1 Jumlah Sampel.....	51
Tabel 3.2 Keterangan Skala Likert .....	57
Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Tiap Fakultas .....	67
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	68
Tabel 4.4 Jawaban Responden Mengenai Citra Merek ( $X_1$ ) .....	69
Tabel 4.5 Jawaban Responden Mengenai Atribut Produk ( $X_2$ ).....	72
Tabel 4.6 Jawaban Responden Mengenai Preferensi Konsumen ( $X_3$ ) .	74
Tabel 4.7 Jawaban Responden Mengenai Loyalitas Konsumen (Y)....	76
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas .....	78
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas .....	79
Tabel 4.10 Uji Normalitas (One Sample Kolmogrov-Smirnov) .....	81
Tabel 4.11 Uji Multikolinieritas .....	81
Tabel 4.12 Uji Autokorelasi .....	83
Tabel 4.13 Uji F (Simultan).....	84
Tabel 4.14 Uji T (Parsial) .....	85
Tabel 4.15 Uji Regresi Linear Berganda .....	86
Tabel 4.16 Uji Koefisien Determinasi .....	88

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	95
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	102
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	118
Lampiran 4 Hasil Asumsi Klasik .....	127
Lampiran 5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	132
Lampiran 6 F Tabel.....	134
Lampiran 7 T Tabel.....	136