

**PENGARUH KESADARAN MEREK, KETERLIBATAN PELANGGAN
DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(Studi Kasus pada Event Produk Anget Sari Blusukan Kampung RW 03
Kelurahan Dukuh Pakis)**

SKRIPSI

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



Diajukan Oleh:

VENNES VIOLITA NADA HERMANSYA
NPM : 20420117

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

2024

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Vennes Violita Nada Hermansya

NPM : 20420117

Alamat : Jl. Sepat Lidah Kulon No.108A-Surabaya

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Kesadaran Merek, Keterlibatan Pelanggan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Event Produk Anget Sari Blusukan Kampung RW 03 Kelurahan Dukuh Pakis)”** bukan merupakan plagiasi 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 diergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 2 September 2024

Vennes membuat pernyataan



Vennes Violita Nada Hermansya
NPM 20420117

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH KESADARAN MEREK, KETERLIBATAN PELANGGAN
DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

(Studi Kasus pada Event Produk Anget Sari Blusukan Kampung RW 03

Kelurahan Dukuh Paksi)

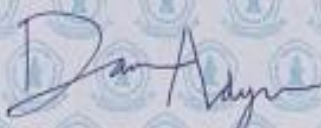
Diajukan Oleh:

VENNES VIOLITA NADA HERMANSYA

NPM: 20420117

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING



Dr. Dana Aditya, SE., MBA

Surabaya, 23 AGUSTUS 2024

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM

Surabaya, 23 AGUSTUS 2024

SKRIPSI

PENGARUH KESADARAN MEREK, KETERLIBATAN PELANGGAN
DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

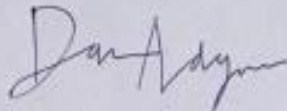
(Studi Kasus pada Event Produk Anget Sari Blusukan Kampung RW 03
Kelurahan Dukuh Pakis)

Dipersiapkan dan Disusun Oleh:

VENNES VIOLITA NADA HERMANSYA
NPM: 20420117

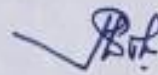
Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



Dr. Dana Aditya, SE., MBA

Ketua Tim Penguji



Maqbula Arochman, SE., M.Ak

Anggota Tim Penguji



Atty Erdiana, SE., M.Ak

Skrripsi telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal, 25 Agustus 2024



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM
Ketua Program Studi Manajemen

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas segala berkah dan rahmatNya sehingga skripsi ini dapat selesai tepat waktu penulisan dengan judul, **“Pengaruh Kesadaran Merek, Keterlibatan Pelanggan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Event Produk Anget Sari Blusukan Kampung RW 03 Kelurahan Dukuh Pakis)”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan mencapai Sarjana S1 program studi Manajemen.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini, ada banyak kekurangan dan kelemahan yang harus dipertimbangkan dari berbagai sudut pandang, karena manusia tidak ada yang sempurna. Di antara kesempurnaan manusia adalah kelebihan dan keistimewaan yang saling melengkapi. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang bermanfaat untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik. Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp. T.H.T.K.L(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 Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Husni Indrawati Wijaya Putri, SE., MM selaku Dosen Wali yang telah

memberikan pengarahan selama masa perkuliahan.

5. Bapak Dr. Dana Aditya, SE., MBA selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing, mengarahkan, mendorong dan memberi saran selama penulisan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, terutama program studi Manajemen yang telah memberikan banyak pengetahuan yang sangat bermanfaat dan berguna.
7. Semua staff di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya telah memberikan layanan terbaik kepada mahasiswa dan mahasiswi selama kuliah dan skripsi.
8. Nenek Lasmi, terima kasih kepada beliau yang selalu memberi perhatian dan doa yang dipanjatkan kepada Allah SWT untuk sang penulis.
9. Kedua orang tua penulis, Minggar Puji Astutik dan Juaman, untuk mereka berdualah skripsi ini penulis persembahkan. Terima kasih atas segala kasih sayang dalam membesarkan dan membimbing sang penulis selama ini hingga penulis dapat terus berjuang dalam meraih mimpi dan cita-citanya. Karena mereka berdualah, penulis berharap segala kesuksesan dan hal baik yang kedepannya bisa penulis raih dan dapatkan.
10. Saudara-saudara penulis, om, tante, budhe, paman. Terima kasih selalu percaya pada mimpi penulis, kalian adalah yang terbaik dan panutan bagi penulis.
11. *Someone special*, Adam Adi Cahyono yang telah membantu penulis dalam

mengerjakan skripsi serta memberikan semangat hingga terselesaikannya skripsi ini.

12. Bapak Winarno, terima kasih kepada beliau yang telah meluangkan waktu untuk membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
13. Rekan PT. Forisa Nusapersada, terima kasih untuk dukungannya kepada Mas Yuri, Tante Nia dan rekan-rekan lainnya, karena telah memberi semangat sang penulis dalam pengerjaan skripsi ini.
14. Sahabat penulis, Rafidah, Fina, Komang, Yulia, Grece dan Nike yang selalu mengingatkan, mendorong, mendukung dan menerima keluh kesah penulis untuk memastikan skripsi ini selesai dengan baik dan tepat waktu.
15. Teman-teman Manajemen F angkatan 2020, terima kasih telah *supportif* dalam memberi dukungan satu sama lain, selalu berbagi ilmu, berbagi informasi selama masa perkuliahan dan terima kasih untuk kenangan indah bersama kalian selama ini.
16. Kepada responden, terima kasih kepada warga RW 03 Kelurahan Dukuh Pakis Surabaya yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner penelitian dan membantu penelitian penulis hingga terselesaikan.
17. Diri sang penulis, terima kasih banyak sudah ingin berproses dan mampu bertahan, berjuang, berusaha sekuat yang penulis bisa sampai saat ini hingga terselesaikannya pengerjaan skripsi ini. Mari tetap berdoa dan berusaha serta jangan menyerah untuk kedepannya.

Dengan rendah hati, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua orang yang telah membantu saya, dan saya memohon maaf kepada semua yang belum bisa saya sebut satu persatu.

Penulis berharap kritik, saran dan masukan konstruktif dari semua pihak karena skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Penulis berharap skripsi ini bermanfaat bagi pembaca, peneliti selanjutnya dan semua orang.

Surabaya,

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SUSUNAN DEWAN PENGUJI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Manfaat Penelitian.....	12
1.5. Sistematika Skripsi/ Tesis	13
BAB II TELAAH PUSTAKA	15
2.1. Landasan Teori	15
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	15
2.1.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran	15
2.1.1.2. Tujuan Manajemen Pemasaran	16
2.1.1.3. Pengertian Pemasaran	17
2.1.2. Kesadaran Merek	18
2.1.2.1. Pengertian Kesadaran Merek	18
2.1.2.2. Indikator Kesadaran Merek	19
2.1.3. Keterlibatan Pelanggan	20
2.1.3.1. Pengertian Keterlibatan Pelanggan	20
2.1.3.2. Indikator Keterlibatan Pelanggan	21
2.1.4. Kepercayaan Merek	22

2.1.4.1. Pengertian Kepercayaan Merek.....	22
2.1.4.2. Indikator Kepercayaan Merek	23
2.1.5. Loyalitas Pelanggan	24
2.1.5.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	24
2.1.5.2. Indikator Loyalitas Pelanggan	24
2.2. Hubungan Antar Variabel.....	26
2.2.1. Hubungan Kesadaran Merek terhadap Loyalitas Pelanggan	26
2.2.2. Hubungan Keterlibatan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	26
2.2.3. Hubungan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Pelanggan.....	28
2.3. Penelitian Terdahulu.....	29
2.4. Hipotesis dan Model Analisis.....	32
2.4.1. Hipotesis.....	32
2.4.2. Model Analisis	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Pendekatan Penelitian.....	33
3.2 Populasi dan Sampel	33
3.3 Identifikasi Variabel	35
3.4 Definisi Operasional Variabel	35
3.5 Jenis Data dan Sumber Data.....	37
3.6 Teknik Analisis Data	37
3.6.1 Analisis Deskriptif	37
3.6.2 Uji Intrumen	38
3.6.2.1 Uji Validitas.....	38
3.6.2.2 Uji Reliabilitas	39
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda	39
3.6.4 Uji t	40
3.6.5 Koefisien Determinasi (R^2).....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	42
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	42
4.2.1 Visi dan Misi Perusahaan.....	43

4.3.1 Gambaran Umum Event Anget Sari Blusukan Kampung.....	43
4.2 Deskripsi Identitas Responden	47
4.3 Frekuensi Jawaban Responden.....	51
4.4 Hasil Analisis Data	56
4.4.1 Uji Instrumen	56
4.4.1.1 Uji Validitas.....	56
4.4.1.2 Uji Reliabilitas	59
4.4.2 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	60
4.4.3 Hasil Uji t.....	62
4.4.4 Hasil Uji Koefisien Determinasi	64
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	65
4.5.1 Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Loyalitas Pelanggan ...	65
4.5.2 Pengaruh Keterlibatan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	66
4.5.3 Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Pelanggan.....	67
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN.....	69
5.1 Simpulan.....	69
5.2 Saran	69
5.3 Keterbatasan Penelitian	70
DAFTAR PUSTAKA	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Kompetitor Anget Sari yang Bersaing Kompetitif di Pasaran.....	3
Tabel 1.2 Daftar Produk Minuman Jahe Instan dengan Keunggulannya	4
Tabel 1.3 Perbedaan Kegiatan Promosi Anget Sari dengan Kompetitor	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	36
Tabel 4.1 Kriteria Responden	48
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.4 Identitas Responden Berdasarkan Wilayah Tempat Tinggal.....	50
Tabel 4.5 Kategori Jawaban Responden Berdasarkan Kelas Interval	52
Tabel 4.6 Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Variabel Kesadaran Merek.....	52
Tabel 4.7 Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Variabel Keterlibatan Pelanggan	53
Tabel 4.8 Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Variabel Kepercayaan Merek.....	54
Tabel 4.9 Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Variabel Loyalitas Pelanggan	55
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Kesadaran Merek (X₁).....	57
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Keterlibatan Pelanggan (X₂)	58
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Merek (X₃).....	58
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	59
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	60
Tabel 4.16 Hasil Uji t	63
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²).....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penduduk Indonesia Menurut Kelas Pendapatan Tahun 2021	1
Gambar 2.1 Model Analisis	32
Gambar 4.1 Logo Perusahaan	42
Gambar 4.2 Banner Event.....	45
Gambar 4.3 Partisipasi Masyarakat dalam Event.....	45
Gambar 4.4 Sampling Produk Anget Sari.....	45

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I KUISIONER	76
LAMPIRAN II TABULASI DATA	81
LAMPIRAN III HASIL OLAH DATA RESPONDEN MENGGUNAKAN SPSS	90

ABSTRAK

Fokus studi ini adalah memahami dampak kesadaran merek, keterlibatan pelanggan, dan kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan studi kasus pada *event* Produk Anget Sari “Blusukan Kampung” di kelurahan Dukuh Pakis RW 03. Studi ini menggunakan metodologi kuantitatif. Jenis desain survei digunakan dalam metodologi penelitian kuantitatif studi ini. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian adalah pengambilan sampel non-probabilitas. Kriteria dalam studi ini, yang digunakan adalah warga yang berdomisili atau bertempat tinggal di RW 03 Kelurahan Dukuh Pakis Kota Surabaya, berusia minimal 17 tahun, mengikuti *event* Anget Sari Blusukan Kampung di RW 03 Kelurahan Dukuh Pakis Kota Surabaya, dan pernah membeli produk Anget Sari minimal sebanyak 3 kali, sehingga jumlah sampel yang didapat dan yang dapat digunakan dalam penelitian sebanyak 74 responden. Pendekatan analisis yang diterapkan dalam studi ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil studi mengungkapkan variabel kesadaran merek, keterlibatan pelanggan, dan kepercayaan merek secara individu berdampak positif dan memiliki signifikansi terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kesadaran Merek, Keterlibatan Konsumen, Kepercayaan Merek, dan Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

The focus of this study is to understand the impact of brand awareness, customer engagement, and brand trust on customer loyalty, using the case study of the Anget Sari product event "Blusukan Kampung" in the Dukuh Pakis neighborhood RW 03. This study uses a quantitative methodology. The type of survey design used in the quantitative research methodology of this study. The sampling method used in the research is non-probability sampling. The criteria in this study are residents who live in RW 03 of Dukuh Pakis Village in Surabaya City, aged at least 17 years, who have participated in the Anget Sari Blusukan Kampung event in RW 03 of Dukuh Pakis Village, and who have purchased Anget Sari products at least 3 times. As a result, the total sample obtained and usable for the research is 74 respondents. The analytical approach applied in this study uses multiple linear regression analysis. The study results reveal that the variables of brand awareness, customer engagement, and brand trust individually have a positive impact and significance on customer loyalty.

Keywords: Brand Awareness, Consumer Engagement, and Brand Trust, Customer Loyalty