

HALAMAN MOTTO

“Orang tua dirumah menanti kepulanganmu dengan hasil yang membanggakan
jangan kecewakan mereka, simpan keluhmu ,sebab letihmu tak sebanding dengan
perjuangan mereka untuk menghidupimu dan setetes keringat dan perjuangan
bapak dan ibuku,ada seribu langkahku untuk maju”

“APAPUN YANG TERJADI DI PERANTAUAN,PULANGLAH SEBAGAI
SARJANA”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah sungguh sebuah perjuangan yang cukup panjang yang menguras tenaga, pikiran, air mata serta perjuangan orang tua, telah penulis lalui untuk mendapatkan gelar sarjana ini, rasa syukur dan bahagia yang penulis rasakan tidak terlepas dari dukungan serta semangat yang diberikan kepada penulis, untuk itu penulis mempersembahkan halaman persembahan kepada semua pihak-pihak yang mendukung, membantu serta memberi semangat kepada penulis. Tiada lembar skripsi yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan. Bismillahirrohmanirrohim skripsi ini saya persembahkan sebagai ucapan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberi kesehatan, kekuatan dan kesabaran kepada penulis hingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Umar Ismail terimakasih atas segala doa dan dukungan yang tidak pernah putus, memberikan cinta, kasih sayang, kepercayaan dan pengorbanan yang mengiringi disetiap langkah untuk menyelesaikan pendidikan ini. Terimakasih atas kepercayaan yang diberikan kepada penulis untuk melanjutkan studi hingga luar kota dan saat ini penulis selesai dalam menyelesaikan studi S1 nya. Terimakasih telah berkorban hingga mengantarkan penulis sampai di titik ini. Terimakasih sudah berjuang untuk penulis, membesarkan penulis dan mendidik penulis sampai mendapat gelar sarjana. Semoga Allah SWT senantiasa menjaga bapak sampai melihat penulis berhasil. Tolong hiduplah lebih lama.

3. Pintu surga-ku Ibu Ranti Asih terimakasih atas semua doa-doa yang selalu dipanjatkan kepada penulis dengan ketulusan hati dan semangat yang selalu diberikan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan studi S1 dengan baik. Terimakasih atas segala pengorbanan yang diberikan mulai dari penulis dimasa kanak-kanak hingga penulis saat ini yang beranjak dewasa. Terimakasih atas segala kasih sayang yang diberikan kepada penulis, tidak ada yang bisa menggantikan semua pengorbanan seorang ibu kepada anaknya. Terimakasih sudah berjuang untuk penulis, membesarkan penulis, dan mendidik penulis sampai mendapat gelar sarjana. Semoga Allah SWT senantiasa menjaga ibu sampai melihat penulis berhasil. Tolong hiduplah lebih lama.
4. Adik-adik penulis tercinta, Ahmad Nor Majid dan Zulfiana Tiffani Shanum. Terimakasih sudah ikut serta menyemangati dalam proses penulis menepuh pendidikan selama ini. Tumbuhlah menjadi versi paling hebat adik-adikku.
5. Teman seperjuangan, Nisa Anilda Salwa, Indah Rahayu, Nuzulul Hikmah, Laelatul Qodar Aulia Romadhon, Nur Zakiya Hamidah, Nur Azlina Raziz Dan Maharani Eko Palupi. Terimakasih sudah menemaniku selama masa perkuliahan. Terimakasih sudah menjadi teman baik, sahabat, saudara yang selalu membantuku, mengambil banyak peran penting dibelakang layar, kebersamaan perjuangan dan tidak pernah meneluh ketika di repotkan, semoga kalian semua sama-sama dilancarkan sampai akhir perjuangan, *see you on top guys!!!*

6. Sahabat tercinta. Anisatul Munawaroh, Nur Alfiani Warda, Fina Dwi Nur Laili. Terimakasih telah menjadi tempat terbaik untuk mengutarakan keluhan kesah penulis,terimakasih sudah memberikan semangat serta doa kepada penulis, terimakasih sudah memberikan ribuan kata semangat agar penulis mampu menyelesaikan studi sarjana ini.
7. Terimakasih kepada semua keluarga besar penulis yang tidak bisa penulis cantumkan nama satu-satu, terimakasih sudah memberikan dukungan serta doa kepada penulis hingga penulis sampai di titik yang sekarang ini.
8. Terimakaasih kepada ibu Marynta Putri Pratama, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah sabar memberikan bimbingan, arahan serta motivasi dalam menyusun skripsi ini.
9. *Last but not least*, untuk Aprilia Wulandari terimakasih sudah kuat bertahan dan berjuang sampai saat ini, penulis juga berterimakasih kepada diri penulis sendiri,sudah mampu bertahan hingga sejauh ini.terimakasih pada hati yang ikhlas menjalai semuanya,penulis bangga pada diri penulis sendiri.kedepannya untuk raga yang tetep kuat,hati yang selalu tegar, mari bekerjasama untuk lebih berkembang lagi menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari.

ABSTRAKSI

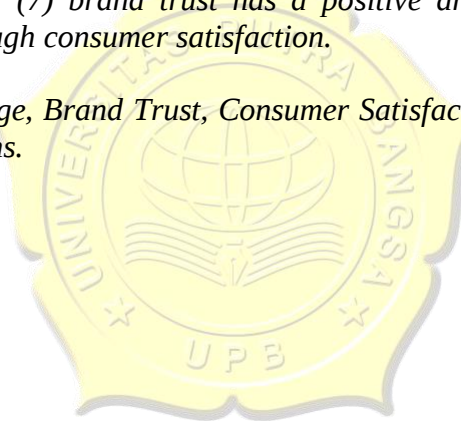
Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh *brand image* dan *brand trust* terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada konsumen galon le mineral. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen galon le mineral ukuran 15 liter dengan minimal berumur 18 tahun dengan minimal melakukan pembelian secara berulang produk galon le mineral selama kurun waktu 3 bulan terakhir. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan metode *purposive sampling*. Analisis data menggunakan uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, uji koefisien determinasi, uji korelasi, analisis jalur dan uji sobel. Alat bantu pengolahan data menggunakan SPSS *for windows version 22*, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, (2) *brand trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, (3) kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, (4) *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, (5) *brand trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. (6) *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen, (7) *brand trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.

Kata Kunci: *Brand Image*, *Brand Trust*, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen Dan Galon Le Mineral.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of brand image and brand trust on consumer loyalty with consumer satisfaction as an intervening variable on Le Mineral gallon consumers. The sample in this study was consumers of 15 liter Le Mineral gallons with a minimum age of 18 years with a minimum of repeat purchases of Le Mineral gallon products during the last 3 months. Data collection techniques used a questionnaire with a purposive sampling method. Data analysis used validity and reliability tests, classical assumption tests, hypothesis tests, coefficient of determination tests, correlation tests, path analysis and Sobel tests. Data processing tools used SPSS for Windows version 22, the results of this study indicate that: (1) brand image has a positive and significant effect on consumer satisfaction, (2) brand trust has a positive and significant effect on consumer satisfaction, (3) consumer satisfaction has a positive and significant effect on consumer loyalty, (4) brand image has a positive and significant effect on consumer loyalty, (5) brand trust has a positive and significant effect on consumer loyalty. (6) brand image has a positive and significant effect on consumer loyalty with consumer satisfaction, (7) brand trust has a positive and significant effect on consumer loyalty through consumer satisfaction.

Keywords: Brand Image, Brand Trust, Consumer Satisfaction, Consumer Loyalty and Le Mineral Gallons.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahnya yang dilimpahkan,serta telah memberikan kesehatan,kekuatan dan kesabaran dalam mengerjakan skripsi ini hingga penulilis dapat selesai menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”** (Studi Pada Konsumen Galon Le Mineral Di Kebumen). Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata S-1 Di Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.

Selama menyusun skripsi penulis memperoleh bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Marynta Putri Pratama., S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Segenap dosen dan civitas akademik Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah membantu dalam masa-masa perkuliahan dan penyusunan skripsi.
3. Kedua orang tua tercinta penulis, bapak Umar Ismail dan ibu Ranti Asih terimakasih atas dukungan dan doa nya yang tak pernah terputus untuk penulis.

4. Semua responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi data kuesioner yang sangat diperlukan dalam keberlangsungan penulisan skripsi.
5. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Semoga segala kebaikan, bantuan serta bimbingan yang telah diberikan pihak-pihak yang bersangkutan akan mendapatkan balasan kebaikan dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan. Penulis berharap skripsi ini dapat menambah pustaka keilmuan dan bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	x
ABSTRACT	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.1. Batasan Masalah	9
1.2. Tujuan Penelitian	13
1.3. Manfaat Penelitian	13
BAB II	15
KAJIAN PUSTAKA	15

2.1.	Tinjauan Teori	15
2.1.1.	Loyalitas Konsumen	15
2.1.2.	Kepuasan Konsumen	17
2.1.3.	<i>Brand Image</i>	19
2.1.4.	<i>Brand Trust</i>	21
2.2.	Penelitian Terdahulu	23
2.3.	Hubungan Antar Variabel	28
2.3.1	Hubungan <i>Brand Image</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	28
2.3.2	Hubungan <i>Brand Trust</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	29
2.3.3	Hubungan <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Konsumen.....	29
2.3.4	Hubungan <i>Brand Trust</i> Terhadap Loyalitas Konsumen	30
2.3.5	Hubungan Kepuasan Konsumen Dengan Loyalitas Konsumen.....	31
2.3.6	Hubungan <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen	31
2.3.7	Hubungan <i>Brand Trust</i> Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen	31
2.4	Model Empiris	32
2.5	Hipotesis.....	32
BAB III.....		34
METODE PENELITIAN.....		34
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	34
3.1.1.	Objek Penelitian	34
3.1.2.	Subjek Penelitian	34
3.2.	Variabel Penelitian.....	34
3.3.	Definisi Operasional Variabel	35

3.3.1.	Variabel Dependen	36
3.3.2.	Variabel Intervening	36
3.3.3.	Variabel Independen	37
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	38
3.5.	Data dan Teknik Pengupulan Data	40
3.5.1	Jenis Data	40
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data	41
3.6.	Populasi dan Sampel	42
3.6.1	Populasi	42
3.6.2	Sampel	42
3.6.3	Teknik Pengambilan Sampel	43
3.7.	Teknik Analisis	44
3.7.1.	Analisis Deskriptif	45
3.7.2.	Analisis Kuantitatif	45
3.8.	Alat Analisis Data	46
3.8.1.	Uji Instrumen Validitas dan Reabilitas	46
3.8.2.	Uji Asumsi Klasik	48
3.8.3.	Uji Hipotesis	51
3.8.4.	Analisis Korelasi	54
3.8.5.	Analisis Jalur	55
3.8.6.	Uji Sobel	58
BAB IV		59
ANALISIS DAN PEMBAHASAN		59
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan	59
4.1.1	Visi dan Misi Perusahaan	60

4.2.	Analisis Deskriptif	60
4.2.1	Responden Berdasarkan Alamat (Keamatan)	61
4.2.2	Responden Berdasarkan Usia	62
4.3.	Analisis Statistik	64
4.3.1	Uji Validitas	64
4.3.2	Uji Reabilitas	67
4.3.3	Uji Asumsi Klasik	67
4.3.4	Uji Hipotesis	72
4.3.5	Uji Koefisien Korelasi	76
4.3.6	Analisis Jalur	77
4.3.7	Uji Sobel	82
4.3.8	Diagram Jalur	83
4.4	Pembahasan	84
BAB V		91
SIMPULAN		91
5.1.	Simpulan	91
5.2.	Keterbatasan	93
5.3.	Implikasi	94
5.3.1	Implikasi Praktis	94
5.3.2	Implikasi Teoritis	97
DAFTAR PUSTAKA		102
LAMPIRAN		105

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Konsumsi Air Minum di Indonesia	1
Tabel 1. 2 Top Brand Index Air Minum Dalam Kemasan di Indonesia Tahun 2024	3
Tabel 1. 3 Loyalitas Pelanggan AMDK Galon di Kebumen.....	4
Tabel 1. 4 Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Terhadap Produk Air Minum Galon	5
Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel III. 1 Distribusi Indikator Variabel Loyalitas Konsumen Pada Kuesioner .	36
Tabel III. 2 Distribusi Indikator Variabel Kepuasan Konsumen pada Kuesioner .	37
Tabel III. 3 Distribusi Indikator <i>Brand Image</i> Pada Kuesioner	38
Tabel III. 4 Distribusi Indikator <i>Brand Trust</i> Pada Kuesioner	38
Tabel IV. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat (Kecamatan)	61
Tabel IV. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	62
Tabel IV. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel IV. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
Tabel IV. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	64
Tabel IV. 6 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i>	65
Tabel IV. 7 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Trust</i>	65
Tabel IV. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen.....	66
Tabel IV. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen.....	66
Tabel IV. 10 Hasil Uji Reabilitas	67
Tabel IV. 11 Hasil Uji Kolmogorov Sumirnov Substruktural I	68
Tabel IV. 12 Hasil Uji Kolmogorof Sumirnov Substruktural II.....	68
Tabel IV. 13 Hasil Uji Multikolinearitas Substruktural I	69
Tabel IV. 14 Hasil Uji Multikolinearitas Substruktural II	70
Tabel IV. 15 Hasil Uji Parsial (uji t) Substruktural I.....	72
Tabel IV. 16 Hasil Uji Parsial (Uji t) Substruktural II.....	73
Tabel IV. 17 Hasil Koefisien Determinasi Substruktural	75
Tabel IV. 18 Hasil Koefisien Determinasi Substruktural II.....	75

Tabel IV. 19 Hasil uji Korelasi.....	76
Tabel IV. 20 Hasil Uji Koefisien Jalur Substruktural I	78
Tabel IV. 22 Hasil uji Koefisien jalur Substruktural II	79
Tabel IV. 22 Hasil Uji Sobel Substruktural I	82
Tabel IV. 23 Hasil Uji Sobel Substruktural II.....	82



DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1 Model Empiris	32
Gambar IV. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas Substruktural I	71
Gambar IV. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Substruktural II.....	71
Gambar IV. 3 Diagram Jalur	83



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1-Kuesioner	105
Lampiran 2 Data Responden	109
Lampiran 3 Tabulasi Data Responden	113
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas.....	114
Lampiran 5 Hasil Uji Reabilitas	116
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	117
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis	119
Lampiran 8 Hasil Uji Korelasi	120
Lampiran 9 Hasil Uji Sobel.....	121
Lampiran 10 r tabel.....	122
Lampiran 11 t tabel	125
Lampiran 12 Kartu Konsultasi Skripsi.....	128
Lampiran 13 Kartu Peserta Seminar	129

