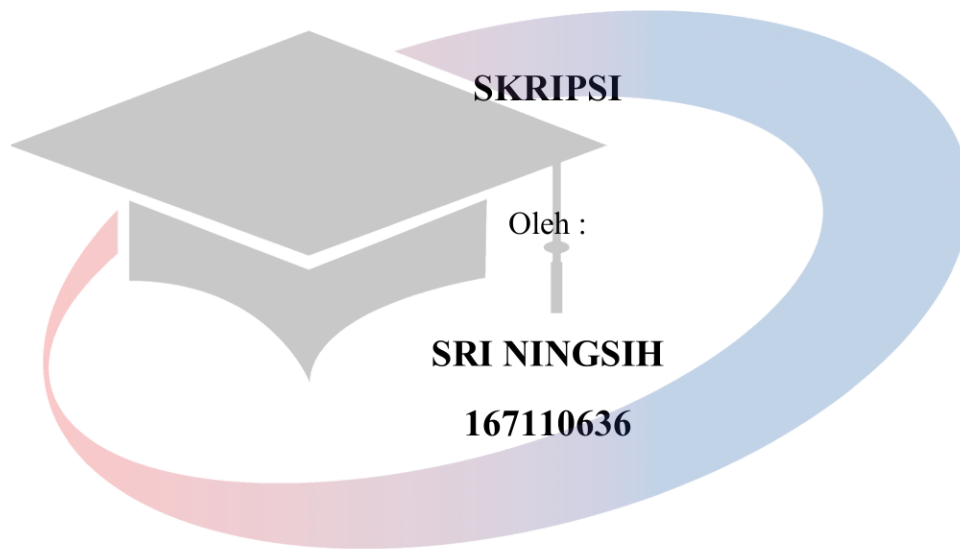


**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN  
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS  
KONSUMEN PADA PRODUK YAKULT**

**(Studi pada Konsumen Yakult di Desa Aek Loba, Kecamatan Aek Kuasan,  
Kabupaten Asahan, Sumatera Utara)**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
MIKROSKIL  
MEDAN  
2020**

**ANALYSIS OF THE EFFECT OF PRICE, PRODUCT QUALITY  
AND BRAND TRUST ON CUSTOMER LOYALTY TO YAKULT  
PRODUCT**

**(A case Study on Yakult Consumers in Desa Aek Loba, Kecamatan Aek  
Kuasan, Kabupaten Asahan, North Sumatra)**

**FINAL RESEARCH**



By :

**SRI NINGSIH**

**167110636**



**UNIVERSITAS  
MIKROSKIL**

**STUDY OF PROGRAM MANAGEMENT**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI**

**MIKROSKIL**

**MEDAN**

**2020**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN  
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS  
KONSUMEN PADA PRODUK YAKULT**

**(Studi pada Konsumen Yakult di Desa Aek Loba, Kecamatan Aek Kuasan, Kabupaten  
Asahan, Sumatera Utara)**



**167110873**

Disetujui oleh :

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,

Ir. Mbayak Ginting,S.Kom.,M.M.

William,S.Kom.,M.M.

Medan, Juli 2020

Disetujui dan Disahkan Oleh :

Ketua Program Studi Manajemen,

Sugianta Ovinus Ginting,S.E.,M.M.

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen STIE Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut :

Nama : Sri Ningsih  
Nim : 167110636  
Peminatan : Manajemen Bisnis

Saya telah melaksanakan penelitian dan penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut :

Judul Tugas Akhir : Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk Yakult  
Tempat Penelitian : Desa Aek Loba, Kecamatan Aek Kuasan, Kabupaten Asahan, Sumatera Utara  
No. Telp Tempat Penelitian : -

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan sebenarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain mengerjakannya) dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar.** Bila kemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuatnya), maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh STIE Mikroskil Medan, yakni **Pencabutan ijazah yang telah saya terima dan ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada STIE Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*NonExclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak ini, STIE Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel, dan buku. Demikian pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, Juli 2020

Saya yang membuat pernyataan,



Sri Ningsih

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk Yakult. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Yakult yang telah mengkonsumsi Yakult lebih dari 2 tahun di desa Aek Loba, Kecamatan Aek Kuasan, Kabupaten Asahan, Sumatera Utara, yaitu sebanyak 96 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial hasil uji t menunjukkan Kepercayaan Merek berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada produk Yakult. Sedangkan Harga dan Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen pada produk Yakult. Secara simultan, variabel Harga, Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen pada produk Yakult. Nilai Koefisien Determinasi (*Adjust R Square*) sebesar 0,230 atau sebesar 23,0% yang berarti bahwa variabel Harga, Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek mampu menjelaskan variabel terikat Loyalitas Konsumen pada Produk Yakult, sedangkan sisanya sebesar 77,0% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti di penelitian ini.

**Kata Kunci :** *Harga, Kualitas Produk, Kepercayaan Merek, Loyalitas Konsumen*

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

## ABSTRACT

The research in this thesis aims to find out and analyze the effect of Price, Product Quality and Brand Trust on Consumer Loyalty on Yakult products. This type of research is a Quantitative method research. The population in this study is Yakult consumers who have consumed Yakult for more than 2 years in the Desa Aek Loba, Kecamatan Aek Kuasan, Kabupaten Asahan, North Sumatra of 96 respondents. The sampling technique used is *non probability sampling* with *purposive sampling* method. Data collection techniques used a questionnaire that had been tested for validity and reliability. Based on the partial results of the t test results show Brand Trust has a significant effect on Consumer Loyalty on Yakult products. While the price and Quality of Products does not affect Consumer Loyalty on Yakult products. Simultaneously, the variable Price, Product Quality and Brand Trust affect the Consumer Loyalty on Yakult Products. Determination Coefficient Value (Adjust R Square) of 0,230 or 23,0% which means that the Price, Product Quality and Brand Trust variables are able to explain of Consumer Loyalty on Yakult products, while the remaining 77,0% is explained by other variables which was not examined in this study.

**Kata Kunci :** *Harga, Kualitas Produk, Kepercayaan Merek, Loyalitas Konsumen*

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan sebuah karya tulis dengan judul “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk Yakult”. Yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, arahan serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Ir. Mbayak Ginting, S.Kom., M.M., selaku Dosen Pembimbing I dan selaku Ketua STIE Mikroskil Medan, yang telah bersedia meluangkan segala waktu, tenaga, bimbingan dan arahnya serta motivasi baik itu didalam menempuh studi maupun selama penyusunan skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan Program Studi Manajemen dan Program Sarjana (S1).
2. Bapak William, S.Kom., M.M., selaku Dosen Pembimbing II dan selaku Wakil Ketua I STIE Mikroskil Medan, yang telah bersedia meluangkan segala waktu, tenaga, bimbingan dan arahnya serta motivasi baik itu didalam menempuh studi maupun selama penyusunan skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan Program Studi Manajemen dan Program Sarjana (S1).
3. Bapak Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan.
4. Bapak Apren Halomoan Hutasoit, S.E., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan.
5. Ibu Tya Wildana Hapsari Lubis, S.E., M.Si., selaku Dosen Wali yang selalu memberikan saran dan pengarahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Seluruh Staff dan Dosen Pengajar STIE Mikroskil yang telah memberikan banyak bekal ilmu kepada penulis.

7. Seluruh masyarakat desa Aek Loba yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner.
8. Bapak Gino dan Ibu Muliani selaku orang tua tercinta, saudara penulis Gefiana dan Sri Wulan Dari yang selalu memberikan doa, dukungan dan motivasi yang terus menerus kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Sahabat terkasih penulis, yang telah memberikan motivasi, semangat dan telah meluangkan waktu untuk bertukar pikiran sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan ini.
10. Teman seperjuangan penulis dan teman-teman lain yang telah memberikan semangat dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan ini.
11. Pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

Medan

Penulis,

(Sri Ningsih)



## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Ruang Lingkup Penelitian .....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.6 Originalitas .....	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA .....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Pemasaran.....	9
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran .....	9
2.1.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	9
2.1.1.3 Bauran Pemasaran.....	10
2.1.2 Loyalitas Konsumen .....	11

2.1.2.1 Pengertian Loyalitas Konsumen .....	11
2.1.2.2 Karakteristik Loyalitas Konsumen .....	12
2.1.2.3 Tahap-Tahap Loyalitas .....	12
2.1.2.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi Loyalitas Konsumen .....	13
2.1.2.5 Indikator Loyatitas Konsumen.....	14
2.1.3 Harga .....	15
2.1.3.1 Pengertian Harga.....	15
2.1.3.2 Dimensi Harga .....	15
2.1.3.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga.....	16
2.1.3.4 Indikator Harga .....	17
2.1.4 Kualitas Produk .....	17
2.1.4.1 Pengertian Kualitas Produk .....	17
2.1.4.2 Dimensi Kualitas Produk .....	18
2.1.4.3 Pengaruh Kualitas Produk .....	19
2.1.4.4 Indikator Kualitas Produk.....	19
2.1.5 Merek.....	20
2.1.5.1 Pengertian Merek.....	20
2.1.5.2 Manfaat Merek.....	21
2.1.5.3 Pengertian Kepercayaan Merek .....	22
2.1.5.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepercayaan Merek .....	23
2.1.5.5 Indikator Kepercayaan Merek.....	24
2.2 Review Penelitian Terdahulu .....	25
2.3 Kerangka Konseptual .....	30
2.4 Pengembangan Hipotesis .....	32

2.4.1 Pengaruh Variabel Harga terhadap Loyalitas Konsumen.....	32
2.4.2 Pengaruh Variabel Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen .....	33
2.4.3 Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Konsumen.....	33
2.4.4 Pengaruh Variabel Harga, Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Konsumen.....	34
<b>BAB III .....</b>	<b>36</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	36
3.2 Objek Penelitian .....	36
3.3 Populasi dan Sampel .....	36
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	37
3.4.1 Kuesioner/angket.....	37
3.4.2 Wawancara .....	38
3.4.3 Dokumentasi.....	38
3.4.4 Studi Perpustakaan (Data Sekunder).....	39
3.5 Defenisi Operasional Variabel .....	39
3.6 Metode Analisis Data .....	41
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	41
3.6.2 Pengujian Kualitas Data .....	42
3.6.2.1 Uji Validitas .....	42
3.6.2.2 Uji Reliabilitas .....	42
3.6.3 Pengujian Asumsi Klasik .....	43
3.6.3.1 Uji Normalitas.....	43
3.6.3.2 Uji Multikolinearitas.....	44

3.6.3.3 Uji Heterokedastisitas .....	44
3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
3.6.5 Uji Hipotesis .....	45
3.6.5.1 Pengujian Secara Parsial (Uji t) .....	45
3.6.5.2 Pengujian Secara Simultan (uji F) .....	46
3.6.5.3 Uji Koefisien Determinasi .....	46
BAB IV .....	48
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	48
4.1 Hasil Penelitian.....	48
4.1.1 Gambaran Umum .....	48
4.1.2 Pengiriman Dan Pengembalian Kuesioner .....	49
4.1.3 Gambaran Umum Responden (Demografi).....	49
4.1.4 Hasil Statistik Deskriptif.....	53
4.1.4.1 Variabel Harga ( $X_1$ ).....	53
4.1.4.2 Variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ).....	54
4.1.4.3 Variabel Kepercayaan Merek ( $X_3$ ).....	55
4.1.4.4 Variabel Loyalitas Konsumen .....	56
4.1.5 Hasil Uji Kualitas Data.....	57
4.1.5.1 Uji Validitas .....	57
4.1.5.2 Uji Reliabilitas .....	66
4.1.6 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	67
4.1.6.1 Uji Normalitas.....	67
4.1.6.2 Uji Multikolinearitas .....	70
4.1.6.3 Uji Heterokedastisitas .....	71

4.1.7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	73
4.1.8 Uji Hipotesis .....	74
4.1.8.1 Uji T (Uji Secara Parsial).....	74
4.1.8.2 Uji F (Uji Secara Simultan) .....	76
4.1.8.3 Koefisien Determinasi .....	76
4.2 Pembahasan .....	77
4.2.1 Pengaruh Variabel Harga Terhadap Loyalitas Konsumen .....	77
4.2.2 Pengaruh Variabel Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen .....	78
4.2.3 Pengaruh Variabel Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Konsumen..	79
4.2.4 Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Konsumen.....	80
BAB V .....	82
KESIMPULAN DAN SARAN .....	82
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Saran .....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	84
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	129



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bauran Pemasaran .....	11
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual .....	32
Gambar 4.1 Diagram Pie Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Gambar 4.2 Diagram Pie Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Gambar 4.3 Diagram Pie Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	52
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	68
Gambar 4.5 Hasil Uji Normalitas Normal P-Plot .....	69
Gambar 4.6 Hasil Uji Scatterplot.....	72



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 .....	5
Data Top Brand Index Fase 2 Susu Fermentasi Bermerek Dalam Kemasan di Indonesia.....	5
Tahun 2015-2019.....	5
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1 Skala Likert.....	38
Tabel 3.2 Defenisi Operasional Variabel.....	39
Tabel 4.1 Tingkat pengembalian Kuesioner .....	49
Tabel 4.2 Karakteristik responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	51
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	52
Tabel 4.5 Statistika Deskriptif Variabel Harga.....	53
Tabel 4.6 Statistika Deskriptif Variabel Kualitas Produk .....	54
Tabel 4.7 Statistika Deskriptif Variabel Kepercayaan Merek .....	55
Tabel 4.8 Statistika Deskriptif Variabel Loyalitas Konsumen .....	57
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Harga .....	58
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk .....	59
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Merek .....	62
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen .....	64
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga.....	66
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk .....	66
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan Merek .....	67
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Konsumen .....	67
Tabel 4.17 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	70

Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinearitas .....	71
Tabel 4.19 Hasil Uji Glejser .....	73
Tabel 4.20 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	73
Tabel 4.21 Hasil Uji T (Uji Secara Parsial).....	75
Tabel 4.22 Hasil Uji F (Uji Secara Simultan).....	76
Tabel 4.23 Hasil Koefisien Determinasi.....	77



# UNIVERSITAS MIKROSKIL



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	86
Lampiran 2 Distribusi Jawaban Responden .....	93
Lampiran 3 Hasil Statistik Deskriptif.....	103
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	105
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	112
Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	116
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis.....	117
Lampiran 8 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	118
Lampiran 9 Nilai Distribusi t.....	119
Lampiran 10 Nilai Distribusi Tabel F .....	122
Lampiran 11 Nilai Distribusi Tabel R.....	125

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL