



**ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA, PROMOSI
DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN
(Study pada Konsumen Sarung Atlas di Brebes Selatan)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**

OLEH

KHOIRUL IMAM

41219089

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

BUMIAYU

2023



**ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA, PROMOSI
DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN
(*Study* pada Konsumen Sarung Atlas di Brebes Selatan)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**

OLEH

KHOIRUL IMAM

41219089

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

BUMIAYU

202

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA, PROMOSI DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN** (Study pada Konsumen Sarung Atlas di Brebes Selatan)

Oleh

Nama : **Khoirul Imam**
NIM : **41219089**
Program Studi : **SI Manajemen**
Fakultas : **Ekonomika dan Bisnis**

Telah dipertahankan di depan dewan penguji Skripsi pada tanggal 25 bulan September tahun 2023.

DEWAN PENGUJI

Nama Penguji

Ketua Tim Penguji/Pembimbing

Mukhroji, S.E., M.M

NIDN. 0621058902

Penguji I

Yulis Maulida Berniz, S.E.M.M

NIDN. 1117028004

Penguji II

Sarah Dieh Hawa, S.E., M.Si

NIDN. 0622059001

Tanda Tangan



Diterima dan disahkan
Pada Tanggal **15 10** 2023

Dekan
Fakultas Ekonomika dan Bisnis



Mukhroji, S.E., M.M
NIPY. 0621058902

Ketua
Program Studi SI Manajemen



Sarah Dieh Hawa, S.E., M.Si
NIPY. 0622059001

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Khoirul Imam

Nim : 41219089

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya dan bukan merupakan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya, kecuali secara tertulis mengacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang saya peroleh terkait dengan skripsi ini.

Paguyangan, 15 oktober 2023

Yang membuat pernyataan



Khoirul Imam

NIM. 41219089

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas izin dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban.

Dalam penyelesaian skripsi ini, beragam bimbingan, bantuan, dorongan, dan masukan yang penulis terima dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, secara tulus dan ikhlas penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Muh. Kadarisman., S.H.,M.Si, selaku Rektor Universitas Peradaban.
2. Bapak Mukhroji, S.E.,M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban sekaligus selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang dengan sabar telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing penulis dan memberikan masukan yang sangat bermanfaat dalam penulisan skripsi ini.
3. Ibu Sarah Dien Hawa,. S.E.,M.Si, selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban.
4. Ibu Yulis Maulida Berniz, S.E., M.M selaku dosen penguji I skripsi penulis yang telah memberikan banyak masukan yang bermanfaat demi perbaikan skripsi ini.

5. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, terima kasih atas pengalaman dan pengetahuan yang telah didapatkan penulis selama menyelesaikan studi ini..
6. Segenap Staf Universitas Peradaban, yang telah memberikan layanan kepada penulis.

Paguyangan,,..... 2023

Penulis,

Khoirul Imam

NIM. 41219089

ABSTRAK

Penelitian ini mengeksplorasi pentingnya kepuasan pelanggan dalam konteks produk sarung Atlas. Kepuasan pelanggan telah menjadi kunci dalam strategi pemasaran perusahaan, karena pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan yang berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *brand image*, harga, promosi, kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan *Study* pada Konsumen Sarung Atlas di Brebes Selatan. Penelitian ini dilakukan pada konsumen yang menggunakan produk sarung Atlas. Data yang digunakan pada penelitian adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada para responden yang menggunakan produk sarung merek Atlas secara online melalui google form. Sampel pada penelitian ini sebanyak 97 responden. Teknik dalam pengambilan sampel menggunakan *probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Analisis pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 26. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa digital marketing, harga, promosi, kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen sarung atlas di Brebes selatan.

Kata kunci : *Brand Image*, Harga, Promosi, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

This research explores the importance of customer satisfaction in the context of Atlas sarong products. Customer satisfaction has become key in a company's marketing strategy, because of its influence on sustainable customer loyalty. This research aims to analyze brand image, price, promotion, customer satisfaction on customer loyalty. Study of Atlas Sarong Consumers in South Brebes. This research was conducted on consumers who use Atlas sarong products. The data used in the research is primary data obtained from distributing questionnaires to respondents who use Atlas brand sarong products online via Google form. The sample in this study was 97 respondents. The sampling technique uses probability sampling with a purposive sampling method. The analysis in this research uses multiple linear regression analysis with the help of SPSS version 26. Based on the research results, it shows that digital marketing, prices, promotions, customer satisfaction have a positive effect on customer loyalty- of atlas sarong consumers in South Brebes..

Keywords: *Brand Image, Price, Promotion, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN COVER.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS.....	12
A. Telaah Pustaka	12
1. <i>Brand Image</i>	12
2. Harga.....	13
3. Promosi	15
4. Kepuasan Pelanggan	17
5. Loyalitas Pelanggan.....	18
B. Penelitian Terdahulu	19
1. <i>Brand image</i>	19

2.	Harga.....	20
3.	Promosi	20
4.	Kepuasan Pelanggan	21
C.	Perumusan Hipotesis	22
1.	<i>Brand Image</i> Berpengaruh Positif Terhadap Loyalitas Pelanggan	22
2.	Harga Berpengaruh Positif Terhadap Loyalitas Pelanggan	23
3.	Promosi Berpengaruh Positif Terhadap Loyalitas Pelanggan	25
4.	Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Positif Terhadap Loyalitas Pelanggan	26
D.	Kerangka Berpikir	27
BAB III METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA		29
A.	Metode Penelitian.....	29
1.	Jenis Penelitian	29
2.	Lokasi Penelitian	29
3.	Waktu Penelitian.....	29
4.	Populasi dan Sampel	29
5.	Sumber Data	31
6.	Teknik Pengumpulan Data	32
7.	Definisi Konsep dan Operasional Variabel.....	33
B.	Teknik Analisis Data	35
1.	Uji Instrumen.....	36
2.	Analisis Deskriptif	37
3.	Analisis Regresi Berganda	39
4.	Uji Asumsi Klasik.....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		45

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	45
1. Sejarah Singkat Perusahaan	45
2. Gambaran Umum Responden	46
B. Analisis Data dan Pembahasan	48
1. Analisis Data	48
1) Uji Validitas.....	48
2. Analisis Deskriptif.....	51
3. Analisis Regresi Linear Berganda	59
4. Uji Asumsi Klasik.....	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	81

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Top Brand Index Kategori Sarung Tahun 2020-2022	3
Tabel 2. Daftar Harga Penjualan Sarung 2022	5
Tabel 3. Definisi Operasional Variabel.....	34
Tabel 4. Definisi Operasional Variabel (lanjutan)	35
Tabel 5. Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	48
Tabel 6. Hasil Uji Validitas	49
Tabel 7. hasil uji validitas (lanjutan).....	50
Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 9. Jawaban Responden Untuk Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	52
Tabel 10. Jawaban Responden Untuk Variabel <i>Brand Image</i> (X1).....	53
Tabel 11. Jawaban Responden Untuk Variabel <i>Brand Image</i> (X1) (lanjutan).....	54
Tabel 12. Jawaban Responden Untuk Variabel Harga (X2)	55
Tabel 13. Jawaban Responden Untuk Variabel Promosi (X3)	57
Tabel 14. Jawaban Responden Untuk Variabel Kepuasan Pelanggan (X4)...	58
Tabel 15. Hasil Regresi Linear Berganda	59
Tabel 16. Hasil Koefisien Determinasi	61
Tabel 17. Hasil Uji F	62
Tabel 18. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	63
Tabel 19. Hasil Uji Heteroskedastisitas	64
Tabel 20. Hasil Uji Multikolinieritas	66

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 2. Grafik Normal P-P Plot.....	62
Gambar 3. Pola Grafik Scatterplot.....	64

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	78
Lampiran 2. Tabulasi Data Loyalitas Pelanggan (Y).....	82
Lampiran 3. Tabulasi Brand Image (X1)	85
Lampiran 4. Tabulasi Harga (X2).....	88
Lampiran 5. Tabulasi Promosi (X3)	91
Lampiran 6. Tabulasi Kepuasan Pelanggan (X4)	94
Lampiran 7. Hasil uji validitas variabel Loyalitas pelanggan (Y).....	97
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> (X1)	98
Lampiran 9. Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2)	99
Lampiran 10. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X3).....	101
Lampiran 11. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (X4)	102
Lampiran 12. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	103
Lampiran 13. Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Image</i> X1).....	104
Lampiran 14. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X2).....	105
Lampiran 15. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X3)	106
Lampiran 16. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (X4)....	107
Lampiran 17. Hasil Uji Analisis Deskriptif Loyalitas Pelanggan (Y)	108
Lampiran 18. Hasil Uji Analisis Deskriptif Loyalitas Pelanggan (Y) (Lanjutan)	109
Lampiran 19. Hasil Uji Analisis Deskriptif <i>Brand Image</i> (X1)	110
Lampiran 20. Hasil Uji Analisis Deskriptif <i>Brand Image</i> (X1) (Lanjutan) .	111
Lampiran 21. Hasil Uji Analisis Deskriptif Harga (X2)	112
Lampiran 22. Hasil Uji Analisis Deskriptif Harga (X2) (Lanjutan).....	113
Lampiran 23. Hasil Uji Analisis Deskriptif Promosi (X3).....	114
Lampiran 24. Hasil Uji Analisis Deskriptif Promosi (X3) (Lanjutan)	115
Lampiran 25. Hasil Uji Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan (X4)	116
Lampiran 26. Hasil Uji Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan (X4)	117
Lampiran 27. Hasil Uji Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan (X4) (lanjutan).....	118
Lampiran 28. Hasil Analisis <i>Deskriptif Statistics</i>	119
Lampiran 29. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	120
Lampiran 30. . Hasil Uji Asumsi Klasik	122

Lampiran 31. Hasil Normalitas Kolmogorov-Smirnov	123
Lampiran 32. Hasil Normalitas Histogram dan Normal P-Plot.....	124
Lampiran 33. Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Glejser dan scatterplot	125
Lampiran 34. hasil uji multikolonieritas	126
Lampiran 35. Daftar Riwayat Hidup Penulis	127